

Reorganisering, omstrukturering og markedstilpasninger i en
kriserammet vinregion. Vinbransjen i Languedoc-Roussillon,
Frankrike.



Francis Myrstad

Masteroppgave i Samfunnsgeografi.

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

Universitetet i Oslo

2008

Forord

Å skrive en masteroppgave i samfunnsgeografi er en krevende, men en svært givende prosess. Interessen for tema ble større og større jo mer jeg fant ut. Det viste seg at det var mye som skjedde (og har skjedd) i den spennende og kontrastfulle regionen Languedoc-Roussillon. Dessverre kunne ikke alt og alle få plass i denne masteroppgaven.

Det viktigste i denne prosessen var hjelp og støtte fra mennesker rundt meg, både hjemme i Norge og i Languedoc-Roussillon. Først og fremst ønsker jeg å takke min hovedveileder Robert Hassink, for faglige innspill, positiv innstilling og støtte underveis. Bjørnar Sæther, min biveileder, som hjalp meg med å komme i gang under oppgavens tidlige fase. En spesiell takk til alle informanter. Dere tok meg godt imot og brukte mye av deres tid på å gi meg nyttig informasjon, forklaringer og innspill til oppgaven. Åpenheten, vennligheten og sjenerøsiteten dere viste, er noe jeg aldri vil glemme. Foruten dere, ville skriving av en slik oppgave verken vært en glede eller hatt noen mening. Takk til hele samfunnsgeografijengen som kapret den ene datasalen i 4. etasje, på Eilert Sunds hus, Blindern. Et liv uten dårlig humor, er et kjedelig liv!

Mamma hjalp til med å lage tabeller og Pappa hjalp med rettskrivning, tusen hjertelig takk. Takk til Bitto for moralsk støtte hele veien. Vurderingen av oppgaven i slutfasen ville ikke vært mulig, uten gjennomlesingen til Kristian. I tillegg vil jeg takke David, for å ha vist meg hvordan man kan lage små figurer på en datamaskin. Besisning i slutfasen ville ikke vært mulig, uten min rentefrie bank, Audun.

Jeg takker alle for hjelpen, og står selv ansvarlig for det som er skrevet i oppgaven.

21/05 2008

Francis Myrstad

Innholdsfortegnelse

Forord	2
Forkortelser og begreper	6
1. Tema og problemstilling	10
2. Teori	14
2.1 Økonomisk geografi i lys av kritisk realistisk ontologi	14
2.2 Kritisk realisme, rekonseptualisering ved retroduksjon	16
2.3 Empiriske forutsetninger og teori	18
2.4 Sti-avhengighet	19
2.5 Grabbers Lock-in teori	20
2.5.1 Klassifisering av Lock-in	21
2.5.2 Motgifter mot Lock-in	22
2.5.3 Kritikk og problemer med bruk av Lock-in teorien	24
2.6 "Institutional Thickness", samhold for regional utvikling	25
2.7 Integrasjon i globale produksjons(distribusjons)nettverk	28
2.8 Fransk entreprenørskap, en tradisjonalistisk modell	29
2.9 Oppsummering av teoriene og utledning av arbeidshypotese	31
3. Metode	32
3.1 Observasjon og deltakelse	36
3.2 Det kvalitative intervju	39
3.3 Ethiske dilemmaer knyttet til opplysninger fra informantene	43
3.4 Bruk av statistikk, metodisk triangulering	44
3.5 Troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet, kriteriene for vurdering av kvalitativ data	44
3.6 Objektivitet og posisjonering	45
4. Om vin og verdens vinbransje	46
4.1 Naturgeografiske betingelser for vindyrking	46
4.2 Årssyklusen og dens betydning for vindyrkerne. Vitikultur i praksis	46
4.3 Vinifikasjonens mange ansikt	47
4.4 Trender i verdens vinbransje, store markeder og tilspisset konkurranse	48
4.5 De tradisjonelle vinproduserende land	50
4.6 Den nye verden	50
4.7 Vinbransjen i Frankrike	50
4.8 Trender for fransk vinkonsum, mindre men "bedre" vin	51
4.9 Kvalitetslover eller kvalitet etter pris?	55

4.10 Oppsummering.....	58
5. Languedoc-Roussillon, en presentasjon av regionen.....	60
5.1 Languedoc-Roussillon i dag.....	61
5.2 Languedoc-Roussillon, en splittet region.....	62
6. Languedoc-Roussillons historiske arv, betingelsene for dagens situasjon?.....	66
6.1 Oldtiden til sen middelalder: fra storhet, til intet og til gjenoppstand.....	66
6.2 Fra 1600 tallet til 1900 tallet. Fra en isolert juvel til en integrert masseprodusent.....	67
6.3 Fra 1900 til 1970, store vinopprør, statlige kontrollorganer og vinkooperativer.....	69
6.4 1970 tallet; starten på moderniseringen.....	71
6.5 Skuddene i Montredon og blindsmakingen i Paris, skjebneåret 1976.....	72
6.6 Opprinnelsesmerkinger, kvalitetsheving og nye organisasjonskonstellasjoner.....	73
6.7 Oppsummering.....	74
7. Vinbransjen i Languedoc-Roussillon.....	76
7.1 Tallmessige forhold i vinbransjen i Languedoc-Roussillon.....	76
7.2 Organiseringen av vinbransjen i Languedoc-Roussillon.....	78
7.3 Felles appellasjonssystem, et tiltak for større samhold og felles merkevare.....	81
7.4 Produserende enheter i Languedoc-Roussillon.....	82
7.4.1 Kooperativer.....	82
7.4.2 Uavhengige aktører.....	83
7.4.3 Produsentgrupperinger.....	84
7.5 Oppsummering.....	84
8. Markedskrav og tilpasningsarbeid.....	86
8.1 Tilbudet av vin og ønsker ifra markedet.....	86
8.2 Vinmesser.....	87
8.3 Ønoturisme, vinruter og landbruksturisme.....	88
8.4 Mondavi-saken i Aniane, et eksempel på et mislykket investeringsforsøk.....	90
8.5 Oppsummering.....	92
9. Analyse.....	95
9.1 Årsakene til vinkrisen.....	95
9.1.1 Historiske forhold som henger igjen i regionen.....	95

9.1.2 Politiske forhold i L-R.....	96
9.1.3 Organisatoriske forhold i L-R.....	97
9.1.4 Tankemessige forhold og selvforståelse.....	103
9.1.5 Oppsummering.....	105
9.2 Handlinger for vinens fremtid i regionen.....	106
9.2.1 Nye koblinger.....	106
9.2.2 Eksportmarkedet.....	108
9.2.3 Nye løsninger?.....	110
9.2.4 Oppsummering.....	112
10. Konklusjon.....	114
10.1 Funn og videreutvikling av arbeidshypotesen.....	115
10.2 Muligheter for videre forskning.....	117
Litteraturliste.....	118
Liste over figurer.....	122
Liste over tabeller.....	122
Appendiks.....	123
Oversikt over informanter.....	124
Intervjuguide.....	125
Oversikt over AOC-områder i Languedoc-Roussillon.....	128

Forkortelser og begreper

AOC	Appellation d'Origine Contrôlée. Begrepet kan oversettes til "Kontrollert opprinnelsesgaranti". Loven om AOC kom i 1935 og hadde som mål å sikre kvalitet og opprinnelse på franske varer. Den brukes til vin, ost, olivenolje og andre landbruksprodukter. AOC-viner må godkjennes av Institut National des Appellations d'Origine. De setter standarden for blant annet valg av druer, druesammensetninger, vinifikasjonsprosedyrer, avkastninger og utgivelsesdatoer. Alle AOC-viner skal merkes med årgang. Den regnes som høyeste kvalitetsmerking av vin. Men det stilles mer og mer spørsmål ved dens betingelser for kvalitet.
AOC-syndikat	Dette er interesseorganisasjonene til de forskjellige AOC i regionen.
Avkastning	Antall hektoliter per hektar eller per plante i en vinparsell.
CIVL	Comité Interprofessionnel des Vins du Languedoc. Dette er bransjeorganisasjonen til AOC-vinene i fylkene Hérault og Aude, samt vinene fra Pyrénées-Orientales som ønsker å benytte seg av AOC-Languedoc godkjenningen. Fylket Gard, som tilhører Languedoc-Roussillon regionen har valgt å alliere seg med bransjeorganisasjonen til Rhône dalens viner og er ekskludert fra ordningen
CIVR	Comité Interprofessionnel des Vins du Roussillon. Dette er den profesjonelle bransjeorganisasjonen til AOC vinene i Roussillon. Det vil si hovedsakelig fylket Pyrénées-Orientales. Men det lages Muscat de Rivesaltes og Rivesaltes (hetvin) også i kommuner i Aude fylket, derfor har CIVR tilknytning til produsenter av disse utover Roussillon grensen. Denne bransjeorganisasjonen har hovedsete i Perpignan.

DRAF	Direction Régionale de l'Agriculture et la Forêt. Det regionale direktorat for landbruk og skogbruk.
INRA	Institut Nationale de Recherche Agricole. Den franske nasjonale institutt for landbruksforskning.
INSEE	Institut Nationale de Statistiques et Etudes Economiques. Det franske institutt for statistikk og økonomiske studier.
L-R	Languedoc-Roussillon.
P-O	Pyrénées-Orientales.
Terroir	Et begrep som omfatter vær, jordsmonn og menneskelig lokalkunnskap som kan sies å ha direkte innvirkning på den ferdige landbruksvaren.
Tvangsdestillering	Et tiltak der usolgt vin omdannes til industriell sprit.
VdP	Vin de Pays. Begrepet kan oversettes til landvin på norsk. Denne betegnelsen omfatter regionale og sub-regionale landviner. Eksempelvis finnes vin de Pays d'Oc som kan inneholde druer fra hele regionen. Vin de pays de l'Aude derimot kan bare komme fra Aude fylke, men druesammensettingen er friere. De forskjellige inndelinger opererer med forskjellige avkastningskrav og druesammensetninger.
VdT	Vin de table, bordvin. Bordviner er den type vin som har de minst strenge krav til avkastning per plante eller per hektar. Kvaliteten på disse er dermed den laveste i det franske klassifiseringssystemet. Det finnes dog kvalitetsviner som får Vin de Table-stemplet. Det kan eksempelvis være en vin som er laget fra parseller som befinner seg på hver sin side av en regionsgrense.
Vinstokker.	Planten <i>Vitis Vinifera</i> er den drueplanten det går an å lage vin av. Hver enkelt plante kalles druestokk.

Vinikultur	Prossessen ifra vindruer leveres på et produksjonsanlegg til vinen er klar for kommersialisering. Dette er del av sekundærnæringen og regnes med som en ago-alimentær industri.
Vitikultur	Detter er prosessen som omhandler alt fra planting av druestokker til druene leveres inn til produksjonsanlegget. Dette regnes som del av primærnæringen.

1. Tema og problemstilling

I økonomisk geografi forskes det mye på hvordan regionale næringer blir påvirket av større, ofte globale makrostrukturer. En kan studere endogene faktorer i en gitt region, produksjonsprosesser, varer, innovasjonskapasitet, markedstilpasninger og konkurransefortrinn og eksogene faktorer i det internasjonale marked, som utviklingen hos konkurrenter, forandringer og trender i kundemarkedet. Ved å se på koblingen mellom generelle internasjonale trender og spesifikke forhold i et gitt område, kan forskeren forstå hvordan en region påvirkes av globale makrostrukturer. Hvis forskeren velger å studere regionens respons nærmere, kan forskeren videre komme frem til et forklaringsgrunnlag for lokale næringers suksess eller fallitt. Med tanke på hva som kan føre til konkurser og nedleggelser i en lokalt forankret næring og hva som kan gjøres for å komme seg ut av en vanskelig markedssituasjon, har vinbransjen i den politisk-administrative regionen Languedoc-Roussillon i Frankrike blitt valgt som empirisk tema for denne Mastergradsoppgaven.

Languedoc-Roussillon, verdens største vinregion (Malnic et al 2004), er den sydligste av Frankrikes 22 regioner. Den har tradisjonelt blitt forbundet med masseproduksjon av "vin ordinaire", også kalt "vin de table" eller bordvin på norsk. Det nasjonale konsum av denne typen vin har i Frankrike hatt dramatiske fall de siste 40 år (Tabell 4.4). Tendensene viser at det er blitt færre vinkonsumenter i Frankrike, og de som i dag drikker vin, ønsker i større grad å drikke mindre vin av bedre kvalitet. Internasjonalt har vinkonsumet hatt stor økning, men siden tradisjonell bordvin ikke er særlig lagrings- eller transportdyktig, krever internasjonale markeder en noe bedre standard enn det bordviner kan by på. Samtidig har nye konkurrenter fra andre land kommet på banen og skjerpet konkurransen. Det tilbys store mengder vin fra andre vinproduserende land som er konkurransedyktige på både pris og kvalitet (Torrès 2005). Forandringene i vinmarkedet nasjonalt og internasjonalt ser ut til å ha gjort at mange vinbønder i Languedoc-Roussillon er konkurstruet.

Tabell 1.1 Oversikt over nedrivningsplanen for sesongen 2006-2007

Fylker	Søknader om riving	Antall hektar som rives	Gjennomsnittlig hektar per søknad
Aude	1243	3451	2,8 ha
Gard	803	2152	2,7 ha
Hérault	1769	3205	1,8 ha
Pyrénées-Orientales	539	1753	3,2 ha
Totalt for Languedoc-Roussillon	4354	10561	2,4 ha

Kilde: Viniflor LR 08/01/07

Tabell 1.2 Oversikt over nedrivningsplanen for sesongen 2007-2008

Fylker	Søknader om riving	Antall hektar som rives	Gjennomsnittlig hektar per søknad
Aude	1481	4255	2,9 ha
Gard	742	1901	2,6 ha
Hérault	1753	3873	2,2 ha
Pyrénées-Orientales	377	942	2,8 ha
Totalt for Languedoc-Roussillon	4353	10970	2,5 ha

Kilde: Viniflor LR 7/01/08

På to år har regionen har 8707 søknader om kompensasjoner for riving av vinranker funnet sted. 21.531 hektar med vinranker har på samme tid forsvunnet. Disse blir revet opp og jorda lagt brakk, inntil et nytt formål for dem blir funnet.

Tabell 1.3 Utviklingen i produksjonsenheter, ansettelse og produksjonsverdi, Languedoc-Roussillon 2000 til 2005.

Årstall	2000	2005	%
Produserende enheter	31 000	25 000	-19 %
Faste ansettelse	31 800	28 300	-11 %
Produksjonen (Millioner Euro)	1 140	840	- 26 %

Kilde DRAF, Det regionale direktorat for landbruk og skog.

På fem år har 6000 produksjonsenheter (både private vingårder, medlemmer av kooperativer og kooperativer) forsvunnet. 3500 årsverk har forsvunnet og verdien på vinprodukter har falt med 300 millioner Euro. Vinarealet er på tilbakegang og vinbønder må enten slutte i sitt yrke eller slåss en innbitt kamp om å oppnå nasjonale og europeiske kriseordninger. EU har valgt å stimulere bønder til å ta førtidspensjoner, gi kompensasjoner for riving av vinstokker og i tilfeller av overproduksjon kjøper de vinen til under kostpris og lager industriell sprit, såkalt tvangsdestillering. Men tross krisen er det mange produsenter som lager vin av både middels og høy kvalitet og som konkurrerer på det nasjonale og internasjonale marked. Deres stolthet er truet av rivingsplanene, de lider av regionens rykte som gjør det vanskelig å konkurrere på det internasjonale markedet. Siden det lages kvalitetsprodukter med stort potensiale, så mener aktørene i bransjen og folk i regionen at det må være mulig for Languedoc-Roussillon å komme seg videre fra krisen og styrke sin plass på kartet over verdens anerkjente vinregioner.

Eksportmarkedet har heller ikke gjort situasjonen enklere for vinprodusentene i Languedoc-Roussillon. Det er som nevnt senere i oppgaven vanskelig å få full oversikt over eksporttallene til regionen. De forskjellige bransjeorganisasjonen operer med egne medlemmers tall, mens et organ som jeg ble anbefalt krevde betaling for å gi ut tallene. Men alle tegn tyder på at de har minket de siste årene.

Tabell 1.4 Utviklingen av eksportmarkedet for AOC-vin L-R 2005 til 2006.

	Euro	Hektolitrer
Tyksland	-15 %	-21 %
Belgia	-3 %	1 %
Nederland	-17 %	-16 %
Storbritannia	-1 %	-7 %
Kanada	-4 %	-10 %
Sveits	-6 %	-13 %
Danmark	2 %	2 %
USA	0 %	-4 %
Sverige	-2 %	-27 %
Japan	-28 %	3 %
Andre	53 %	22 %
TOTAL	-4 %	-10 %

Kilde CIVL, Douanes (det franske tollvesenen) og Ubifrance.

Ifølge tallene synker særlig antall hektoliter, mens verdien synker mindre. Dette kan tyde på at dyrere og kanskje bedre vin, har mer suksess og er ikke like utsatt for nedgangen. Når både det franske konsum og eksporttallene synker, er det et tegn på at Languedoc-Roussillons vinbransje har problemer med å selge unna sine produkter. Dermed skapes det en overproduksjon og en såkalt ”vinsjø”.

Med dette som bakgrunn er oppgavens formål å finne ut hvilke årsaker og hvilke historisk-strategiske valg, som har ført vinbransjen i Languedoc-Roussillon inn i en slik krisesituasjon. Oppgavens andre formål er å finne ut hvordan aktører i vinbransjen forstår situasjonen og hvilke handlinger de tar seg for å komme seg videre ut av krisen. Ut i fra dette er det to problemstillinger som skal besvares.

- 1) Hvilke historiske hendelser og hvilke årsaker ligger bak det faktum at vinbransjen i Languedoc-Roussillon, i dag, er i en krisesituasjon?
- 2) Hvordan responderer aktører i vinbransjen på krisen, hva gjør de for å modernisere bransjen og hvordan arbeides det med å tilpasse seg dagens vinmarked?

Meningen med disse to problemstillingene er å finne ut to ting. Det ene er å finne ut hvilke årsaksmekanismer som ligger til grunn for en regional næring sin nedgang. Det andre er finne ut hvilket utgangspunkt aktører i regionen har, for at de skal kunne være med på å bringe bransjen videre og muligens ut av krisesituasjonen, som den i dag befinner seg i.

2. Teori

I denne delen av oppgaven skal jeg, innledningsvis, ta for meg en vitenskapsteoretisk retning kalt kritisk realisme. Målet med å gjøre dette er å belyse min forståelse av fagfeltet økonomisk-geografi og hvordan jeg, i løpet av oppgaven, ønsket å utvikle tolkningen av mitt empiriske materiale i forhold til teoriene det er tatt utgangspunkt i. Med kritisk realisme mener jeg man kan skape et vitenskapsteoretisk rammeverk som er fruktbart for videreutvikling eller nyskapning av retninger innen faget samfunnsgeografi. Videre vil jeg gå igjennom Lock-in teorien basert på Grabher (1993), der vil jeg vise til hvordan lock-in oppstår og jeg vil vise til forslag til hvilke tiltak, som kan føre en bransje ut av lock-in. Etter det vil jeg se på et annet aspekt som kalles "Institusjonal Thickness" med den hensikt å vise til hvordan tettere og bedre organisering av institusjoner, kan bidra til utviklingen av en regional sektor. Det vil så bli lagt vekt på viktigheten av integrering i globale produksjonsnettverk og hvordan en fransktradisjonell entreprenørskapsmodell er bygd opp i forhold til en liberal-amerikansk entreprenørskaps modell. Avslutningsvis, skal jeg knytte teoriene sammen for å danne oppgavens arbeidshypotese.

2.1 Økonomisk geografi i lys av kritisk realistisk ontologi

Ontologi kan kalles for "læren om væren" og beskrives som et sett metateorier som forsøker å besvare spørsmålet " *om hva verden må være satt sammen av for at kunnskap om den skal være mulig*" (Bhaskar i Johnston et al. 2000, egen oversettelse). Videre hevder han at "*all vitenskap forutsetter en ontologi*." Økonomisk geografi har som studieobjekt den romlige utstrekning av forskjellige økonomiske systemer og samspillet dem imellom (George og Verger, 1996). Mange av de rike økonomiske systemer kan i dag sies å være globalt integrerte og ofte inndelt i større frihandelssoner som NAFTA (North American Free Trade Association) og EU (Europeiske Union). Organisasjoner som WTO (World Trade Organisation) koordinerer handel mellom slike. Noen systemer derimot fungerer som autarkiske (selvforsynende) og/eller de kan være lite integrert i internasjonale handelsrelasjoner. Studieområdet i denne oppgaven hører inn under et økonomisk system som er globalt integrert. Det globale er vanskelig å definere og derfor vanskelig å konseptualisere (Storper i Dicken et al. 2001). Av den grunn vil det i denne oppgaven være hensiktsmessig å finne trekk ved globalisering som har virkninger på en lavere skala. Verdensøkonomien er mer åpen enn tidligere derfor har kapitaltransaksjoner, vare- og informasjonsstrømmer mellom steder økt.

Under den industrielle revolusjon skjedde de fleste transaksjoner innefor rammen av de sterke nasjonalstaters imperium. Men slik er det ikke i dag; “... *national boundaries no longer act as waterproof containers of the production process*” (s.9, Dicken. 2004). Av den grunn kommer det opp spørsmål om hvilke skalaer eller politiske nivåer verdens skal deles inn i og, følgelig hvordan en skal avgrense disse skalaer. Geografer debatterer om måten de skal forholde seg til begreper som skal kunne skille mellom globalt, internasjonalt, nasjonalt og lokalt (Allen et al. 1998, Veggeland 2000, Marston 2005, Jonas 2006). Like viktig som å kunne skille og plassere disse i hierarki, er det å kunne forstå samspillet mellom aktører i skalaene (Coe et al. 2004). I samspillet mellom disse skalaer og deres aktører har det utviklet seg mange nettverk, med varierende grader av geografisk spredning og begrensning. Ved å støtte meg til Dicken et. al (2001), kommer jeg frem til at økonomisk geografisystemet er bygd opp av kjeder, nettverk, territorier og skalaer (også kalt nivåer). Aktører innenfor produksjonskjedene kan ha ansatte ett sted, kundene av sine produkter et annet og beslutningstakere et tredje. Dette gjør at årsaker, i form av beslutninger tatt av aktøren et sted også får virkninger for aktører et annet sted. Nettverk skapes av aktører som, organisert i grupper med intensjonalitet, bestreber seg etter å få igjennom sine synspunkter og meninger. Dette kan de gjøre ved å forstå strukturen (det globale) for så å finne sin plass i den og med det forstå hvilke hendelser de kan eller ikke kan påvirke. Territorier er passive i seg selv, men de er arenaene for handling, holdere av kausale krefter, og de er områder for innhenting av empiri. Skalaer er et verktøy for avgrensning. Noen skalaer er faste som de politisk administrative inndelinger. Men skal en i dagens åpne økonomiske systemer forstå romlig spredning, kan en tillate seg å tilpasse rombegrepet etter studieobjektets egen spredning. Det er intet poeng å skape rigide grenser rundt studieområder dersom ikke har noen hensikt i forhold til det vi vil ha svar på.

Spørsmålene som følger er: fra hvilket ståsted skal man søke å forstå en økonomi sin romlige spredning?

“ In order to understand the dynamics of development in a given place then, we must comprehend how places are being transformed by capital, labour, knowledge, power etc and how at the same time places (ore more specifically their institutional and social fabrics) are transforming those flows as they locate in place specific domains.”
(Henderson et al, original parentes s. 438. 2002)

Hvordan gå frem i forståelsen av hvorfor en generell tendens utvikler spesielle hendelser i det utvalgte studieområdet?

“What is at issue is why it is that some regions seem to experience the onset of negative ‘lock-in’ and problems of log-run relative decline, while others appear much more able to adapt and avoid pronounced negative ‘lock-in’, in effect to undergo sequential phases of

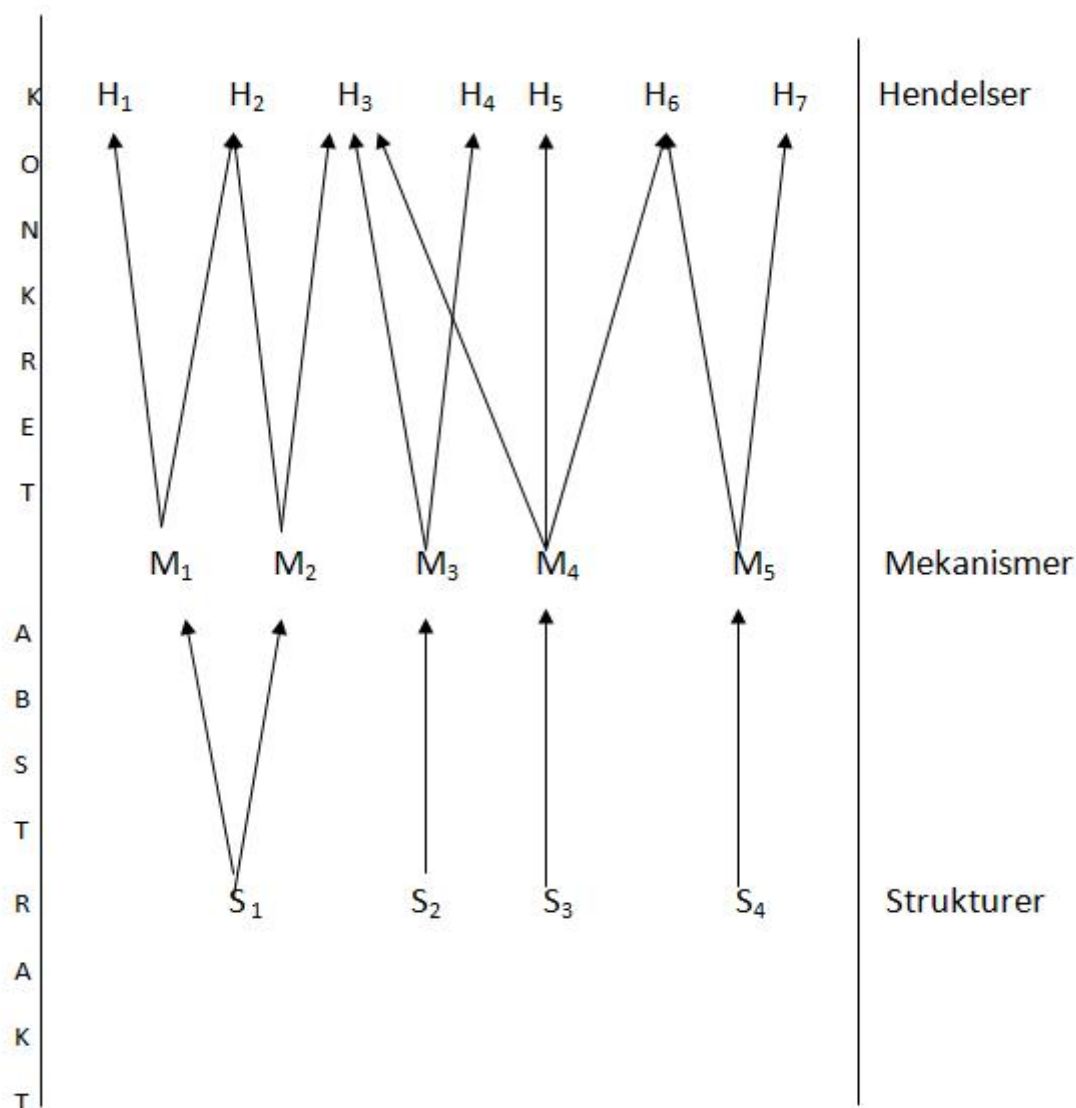
positive lock-in. In short, we need to know much more about what determines the ability of regional economies to adapt.” (s. 418-419 Martin og Sunley 2006)

Når en ønsker å forklare stedsspesifikke utviklingsstrategier i et område må en forstå at studieobjektet, i dette tilfellet vinsektoren i Languedoc-Roussillon, er påvirket av forskjellige former for kapital, sosial kapital og materiell/økonomisk kapital, og på samme tid hvilken måte disse fanges opp av stedets aktører og struktur. En slik tilnærming kan ha to dimensjoner: ovenfra og ned, samt nedenfra og opp. Det vil si fra globalt nivå ned mot nasjonalt, regionalt og så lokalt og motsatt. I denne oppgaven blir det relevant å forstå hvordan Languedoc-Roussillons aktører fungerer lokalt, men også hvordan de posisjonerer seg i forhold nasjonale og internasjonale ønsker og behov. Det vil bli satt lys på enkeltaktørers (vinbønders) ønsker og behov, men også større organisasjoners (EUs) ønsker og behov, slik at både ovenfra og ned og nedenfra og opp-tilnærmingen kommer frem.

2.2 Kritisk realisme, rekonseptualisering ved retroduksjon

Kritisk realisme ble utviklet av den engelske filosofen Roy Bashkar. Den setter fokus på betingelsene for å drive vitenskap, og mener sosiale objekter eksisterer i kraft av deres egenskaper og tilbøyeligheter. Virkeligheten strekker seg utover vårt erfaringsfelt, og vi kan derfor kalle den for en abstrakt struktur. Siden vi verken kan erfare eller konseptualisere alt, blir vi nødt til å ty til abstraksjon. Abstraksjon er en metode som kan brukes til å rekonseptualisere objekter og fenomener. Den baserer seg på teoretiske og empiriske forutsetninger vi har til de objektene og/eller fenomenene som vi ønsker å studere. Det første som gjøres er å ta objektet helt ut av sin kontekst, for så å finne dets attributter og de substansielle forbindelsene det har til strukturen. Når vi har funnet disse forbindelsene, sammenligner vi objektet med empirisk materiale hentet fra hendelser vi mener objektet har vært med på å forårsake. Videre vil empirien berike våre teorier og forbedre vår oppfatning av objektet. Denne ”sjongleringen” mellom teori og empiri kalles for abduksjon eller retroduksjon. I denne oppgaven vil sistnevnte uttrykk bli brukt. Retroduksjon er en måten kritisk realisme knytter sammen abstrakt og konkret forskning. Andrew Sayer knyttet de to sammen ved bruk av mekanismer i en modell der de abstrakte strukturer knyttes sammen med konkrete hendelser (Cloke et al. 2004).

Sammenhengen mellom hendelser, strukturer og mekanismer.



Kilde: Sayer 1992, i Cloke et.al 2004

Figur 2.1

I denne oppgaven er teorien bygd opp av, i første omgang empiriske observasjoner som presseartikler. Videre har et teoretisk utgangspunkt blitt tatt i betraktning. Ved å finne ny empiri til teorien har slutningen blitt ført tilbake til det teoretiske utgangspunkt og videreutviklet dette. Godtar vi at samfunnsvitenskapene opererer under åpne systemer og at menneskelig handling ikke kan forutsies, finner vi ut at: *"Mange av de regelmessigheter man observerer i det sosiale liv er kontekstfølsomme – de gjenfinnes under visse betingelser, men*

ikke under andre. Dette er bakgrunn for at mange i dag foretrekker å snakke om mekanismer fremfor lover i samfunnsvitenskapene” (s. 32. Ole Jørgen Skog, 2004). Abstrakt forskning tar for seg det strukturelle, og konkret forskning er nødvendig for å bestemme de virkelige (reelle) effekter (i form av hendelser) av strukturers kausale krefter. Hendelsene genereres gjennom mekanismer. Det som får hendelser til å oppstå er den kausale kraften som tilegnes mennesker agens og de sosiale strukturers påvirkningskraft. Med agens menes menneskers handlingskraft tatt i betraktning deres handlingsmuligheter. Måten kritisk realisme bruker genererende mekanismer gjør den åpen for forkasting. Det vil si at en årsak som vi antar skaper en virkning ikke nødvendigvis er den rette eller eneste årsak til virkningen. Alle aktører blir til i allerede eksisterende strukturer og påvirkes følgelig av disse. Et av målene til kritisk realisme er å bidra til frigjøring (emancipation) av aktører (Peet 1998). For det er gjennom forståelsen av strukturen man finner sin plass og ser sine muligheter. I denne oppgaven er dette relevant fordi jeg mener at det er gjennom forståelsen av strukturen man finner sosiale aktøres plass og ser deres muligheter og begrensinger og dermed det reelle handlingsrom de må forholde seg til.

2.3 Empiriske forutsetninger og teori

Studieområdet for oppgaven ble valgt utifra presseartikler om vinkrisen i Languedoc-Roussillon. Dagbladets nettartikkel fra 24.06.2007, av Marthe Michelet, omtaler vinbønder fra L-R, som er i en desperat situasjon. I artikkelen stiller en gruppe som kalles CRAV (Comité d'Action Viticole Regionale) krav om at kommende president Nicolas Sarkozy må sette en minstepris for vin eller kommer blod til å flyte. Etter å ha søkt "CRAV" på internett kom jeg frem til en video som viser maskerte menn, som holder en trusseltale til presidenten¹. I samme reportasje fortalles det at Brussels (EUs) svar er nedrivning av vinstokker. Noe som ledet tankene mine mot ordet økonomisk krise. Videre etter å ha søkt etter "Crise du vin" kom jeg over EU-kommisjonens offisielle sider der Mariann Fischer Boels program om riving av vinstokker kommer frem. I hennes opprinnelige plan var det foreslått å rive 200.000 hektar med vinranker over hele EU. En artikkel i A-Magasinet fra 12.10.2007 omtaler selve krisen i Languedoc-Roussillon. Der står det at EU er lei av å hjelpe til med krisetiltak for usolgt vin, og at det planlegges riving av 200.000 hektar med vinranker innen år mellom 2009 og 2013. Etter å ha funnet disse grunnleggende data startet prosessen med å finne anvendbar teori. *"First, theoretical categories must be grounded in empirical evidence so that abstractions do not*

¹ http://www.dailymotion.com/video/x20lm8_communique-de-presse-crav-180507_politics

occur in a vacuum. In other words, they must be abstracted from concrete or empirically observable phenomena" (s. 62 Yeung 1997). Ut i fra ovennevnte opplysninger ble ønsket i oppgaven å utvikle teori som kunne passe til å dekke et kriserammet området og valget falt derfor på Grabhers (1993) Lock-in teori.

2.4 Sti-avhengighet

Ideen om å bruke sti-avhengighet kom underveis i oppgaven. Det viste seg at historiske valg tydeligvis hadde påvirket regionen i sterkere grad enn jeg opprinnelig trodde. Produksjonsstrukturen og selvforståelsen som er mulig å tyde fra vinbønder i studieområdet er en direkte konsekvens av historien (Gavinaud-Fontaine og Languier 2007). Siden sti-avhengighet kan betraktes som en historisk prosess som fører til at regionale økonomier kan låse seg fast i egne valg og egen logikk, vil det her bli gjort rede for hva sti-avhengighet er og innebærer.

I følge Martin og Sunley (s. 399. 2006), foregår sti-avhengighet når en ikke evner å løsrive seg fra sin historie. Økonomien som menneskeskapt samfunnsfenomen følger ikke alltid et Darwin-lineært mønster (Grabher 2005). Den vil gå gjennom flere utviklingsfaser, oppganger og nedganger og forandringer vil ofte tvinge frem nyskapninger. *"...evolution is a periodic or episodic process, whereby phases of relative stability are 'punctuated' by critical junctures wherein major shocks cause system-wrenching change that then establishes a new phase of relative stability or slow change"* (s. 407 Martin og Sunley 2006). Sti-avhengighet skjer når det er tatt viktige strategiske beslutninger om veivalg og man innser at de tatte beslutningene allikevel ikke fremkom som en egnet strategi. Hvis disse viser seg å være irreversible, har man kommet i en Lock-in situasjon, som vil bli drøftet senere. Ofte, har veivalget vært å fortsette med produksjon av varer som tidligere hadde suksess. I nedgangstider har man håpet at bedre tider ville komme tilbake. Slike holdninger medfører at omskifting i næringer som er nødvendige for en regions fremgang ikke muliggjøres. Enten fordi kostnadene blir for store for aktørene, eller at konkurrenter har tatt et forsprang som ikke blir mulig å ta igjen. *"Once an economy is locked into a particular trajectory, the cost of shifting strategies outweighs the benefits of alternatives"* (s. 65. Grabher 2005). Problemer knyttet til det å skifte strategi er ofte at det, i den regionale næringen, kanskje ikke finnes tilgjengelige ressurser for å gjøre dette. Valg av strategi vil ofte bli å satse på annerledes produkt, produksjonsmetoder og samtidig å skape et nettverk av bedriftsorganisasjoner, arbeidskraft, leverandører, underleverandører og et salgsapparat som bringer produktet til salgspunktene. Dette betinger at aktrene, i tide, innser feilene og at de har råd til å skape de nødvendige forandringer.

Sti-avhengighet kan betegnes som en historisk prosess. Den påvirker et områdes organisering, kultur, selvforståelse og kan over tid bringe en næring til en fastlåst nå-situasjon.

2.5 Grabhers Lock-in teori

Hvis vi godtar at en økonomisk situasjon er påvirket av stier skapt gjennom aktørers beslutninger i fortiden og at dens fremtid vil bestemmes av valg som foretas i dag, kan vi støtte oss til Grabher (1993) som mener at stiavhengighet kan føre til lock-in. For å kunne forklare fallitt i lokalt forankrede næringer bruker derfor mange samfunnsgeografer Gernot Grabhers teori om regional Lock-in. Denne har, i et samfunnsgeografisk perspektiv, blitt brukt for å forklare den industrielle nedgang i kull, stål og jernindustrien i Ruhr området i Vest-Tyskland (Grabher 1993), i offshoreindustrien i Oslo (Isaksen 2003), eller skipsbygging i Nord-Tyskland og Sør-Korea (Hassink 2005). Denne teorien tar for seg hvordan historisk-strategiske valg, foretatt av næringsaktører og politiske institusjoner på lokalt, nasjonalt og/eller overnasjonalt nivå, skaper en sti-avhengighet som videre fører næringen inn i en innlåst situasjon kalt for Lock-in.

Grunnen til at valg, som kan kalles for feilaktige, ofte blir tatt er at aktører innenfor en næring er knyttet sammen i tette bånd, via diverse former for nettverk. Disse kan ifølge Grabher (1993) over tid utvikle seg til å bli rigide og de kan lide av mangel på impulser og kunnskap utenfra. *"... networks are woven not only of ties that bind but possibly also of ties that blind."* (s, XIII. Grabher 1993.). Ut i fra en slik situasjon kan en næring sin arbeidsstruktur og satsingsområde bli preget av en hverdag med rutine og en intern trygghet som tilsier at det etablerte virker og er den tryggeste veien å gå. Forandringer i markedet eller det at konkurrenter utvikler seg blir hendelser som det regionale nettverk ikke fanger opp og derfor tar de heller ikke hensyn til dem. Et sentralt poeng med Grabhers teori er nettopp å vise at det finnes svakheter knyttet til tett sammenvevde nettverk. Disse nettverkene skaper en kollektiv tankegang og dermed en homogen regional forretningskultur og dette danner, ifølge Grabher (1993), gruppetenking. Det kan karakteriseres som en felles måte å vise forståelse for omverden, personlig enighet blir vist med stadige smigrende tilbakemeldinger. Det oppstår et miljø som er lukket for informasjon utenfra, noe som ofte er nyttig for å kunne skape innovasjoner som gjør en næring tilpasningsdyktig. Isteden for å tilpasse seg faller regionen dermed inn i fellen som kan kalles for rigid spesialisering. En innlåsning er altså et sett av sammensatte mekanismer som gjør at en næring i et området (lokalitet/region eller nasjon), etter hvert befinner seg fastlåst i egen logikk. Det kan itillegg være flere grunner til at en lock-

in oppstår, og derfor velger Grabher å dele sin Lock-in teori til tre typer Lock-in. Disse kan være mer eller mindre sammenvevde og overlappende samtidig som den ene formen kan føre til den andre.

2.5.1 Klassifisering av Lock-in

a) Politisk Lock-in

Den kan karakteriseres ved at det politisk-administrative systemet støtter opp om næringen og hjelper den inn i enveiskjøringen. *"The reason for this is that often during the growth phase of the region, political and administrative institutions have set up strong formal and informal links and have never been confronted with crises, or with the need for an active policy."* (s. 6 Cooke ukjent årstall.) Studieområdet har, som vi vil se senere vært konfrontert med mange kriser, men responsen på disse har vært å skape et trygt politisk rammeverk rundt den regionale næring. Lokale politikere fikk forhandlet frem produksjonsregler og dannet handelsavtaler med de sentrale myndigheter. Dette førte til sterk politisk støtte fra fagforeninger, bransjeorganisasjoner og lokale politikere. På sikt kan det vise seg at når en regional næring er på vei ned, så kan det politisk administrative system være for rigid og har andre formaliteter og agendaer, enn de som er nødvendige for å stimulere til innovasjon eller fornying av aktiviteter. Man burde styre mot et nytt, mer dynamisk og tilpasset system, men strukturene og viljen for dette er fraværende eller i beste fall vanskelig å få gjennomført.

b) Funksjonell Lock-in

Når det over tid viser seg at det er stor stabilitet i etterspørselen av en type vare som produseres i en region, så kan det ofte bli tilfellet at det skapes tette og trygge bånd mellom aktører tilknyttet næringen som produsenter, forhandlere, kunder og også det politiske miljø. Disse tette bånd er med på å skape rammen rundt det organisatoriske apparat. Privilegier i relasjonene mellom aktørene, som for eksempel vennetjenester, ansettelse, tilbud og kontrakter innad i en næring kan fungere godt, men det forutsetter at markedet holder seg uforandret eller i beste fall stabilt. Noe som kanskje sjeldent er tilfelle, da konjunkturer vil kunne påvirke det økonomiske liv. Ved at markedet forandres og de regionale aktørene ikke tar forandringene innover seg gjør at den rigide organisasjonsstrukturen, som de opererer under, viser seg å være mistilpasset og lite inspirasjon utenfra kommer inn. Ut fra dette vil det

ifølge Grabher (1993) utvikle uheldige forbindelser blant de involverte aktører. Bransjen kan i slike tilfeller danne hierarkier og organisasjonsstrukturer som hindrer nytenkning. Innovasjon og impulser utenfra, vil da ikke få plass med viktige innspill. Aktørene kan ha en tendens til å gi hverandre positiv feedback og være opptatt av å beholde sine plasser og privilegier i stedet for å være kritiske, åpne og villige til å foreta risikable og nødvendige valg, som kan være startmotoren for forandring og tilpasning. Hvis en regional næring har en organisasjonsstruktur eller en nettverkskonstellasjon som ikke organiserer bransjen sin i forhold til krav og endringer i markedet, kan man si at funksjonell lock-in er tilfellet.

c) Kognitiv Lock-in

Når strukturene er rigide og faste og fungerer på en måte som gjør at vaner produseres og reproduseres, vil en kollektiv tankegang kunne utvikle seg. Man ser at det gamle tilsynelatende fungerer og velger å fortsette med vaner, rutiner og satsningsområder. Kollektiv tankegang kan også føre til at en enhetlig politikk som støtter denne blir ønsket og man velger en fast politisk linje. Samtidig støtter man opp rundt politikere som vil skape trygge institusjoner som støtter næringen. Tilgangen til annen kunnskap og erfaring blir umuliggjort, og analyser om mulige markedstilpasninger blir oversett. Nye typer produkt og produksjonsmetoder blir ikke vurdert. Eventuell ny teknologi og politiske beslutninger som kan sette den ut i livet blir også fraværende. Man innser ikke at forandringer kan bli nødvendige før det er for seint og man sitter igjen med gjeld og usolgte produkter.

2.5.2 Motgifter mot Lock-in

Siden bruk av Lock-in teorier er en måte å påvise feil, er det i et perspektiv for regional utvikling avgjørende å kunne finne kurer mot disse feilene. Grabher (2005) har formulert måter næringsaktører kan handle for å få den lock-in rammede næring ut av den innlåste situasjonen. Først å fremst er det viktig å erkjenne at sektoren man arbeider innenfor er på galt spor, slik at man blir åpen for en konstruktiv vurdering av egen situasjon. Det gjelder derfor å bryte med gamle mekanismer og satse enten annerledes eller helt nytt. Dette kan være svært vanskelig fordi det å holde veier og valg åpne og reversible ikke er enkelt når lokale aktører er sterkt forankret i et system de har vært med på å produsere og som de i dagliglivet er med på å reprodusere.

a) Større organisasjonsmangfold.

Aktørene bør kunne finne alternative organisasjonsformer enn det de er blitt vant til å forholde seg til. Siden kognitiv enighet og homogene organisasjonsformer øker tilbøyeligheten for Lock-in, må gamle mønstre og vaner brytes. Det kan skje enten ved at innvendige krefter eller av at utenforstående, nasjonale eller overnasjonale, myndigheter stimulerer eller tvinger frem slike endringer. Slike tiltak vil ifølge Grabher (2005) skape nye bånd med større mulighet for forandringer, fleksibilitet og en bredere "selection environment". Noe som igjen vil kunne gjøre det mulig å sette sammen krefter på mest mulig effektiv og funksjonell måte.

b) Finne utnyttede krefter, "redundancy"

En kalkulert prosess der man først finner ut hva en næring mangler og så forsøker å bruke utnyttede krefter ifra andre næringer. Det vil kanskje si å finne tidligere utsett potensiale i en arbeidsstokk. Man bør benytte seg av deler av en næring som fungerer i regionen. Eksempelvis kan turistnæringen og gastronominæringen kobles inn slik at man utvikler konsepter som innbefatter agro-turisme. Om man eksempelvis bruker personer med universitetsutdannelse innen språkfag og omskolere dem til å bli salgsrepresentanter for firmaer som ønsker å satse på eksport. Målet er å finne en form for komplementaritet til egen næring som kan utvikle begge næringer.

c) Skape "sunn" rivalitet.

Ved å skape nye og varierte organisasjoner og institusjoner vil deres konkurrerende rivalitet være en stimulus for nyskapninger og innovasjoner. *"Such rivalry fuels a sustained engagement that recreates different ways to organise, interpret and evaluate the same or similar business activities"* (s. 65. Grabher 2005). Sunn rivalitet vil også omfatte det at man stimulerer til konkurranse mellom aktører, samtidig som man skaper et nettverk som virker inkluderende for disse.

d) Skape bånd med løse koblinger.

Uniforme strukturer og sterke kollektive identiteter kan være hindre for nytenkning. I slike tilfeller vil løsere bånd være fordelaktig for nettverkens tilpasningsevne. Løse bånd vil

derfor skape mindre avhengighet og de som føler at noen aktører henger etter vil lettere kunne fortsette med det som virker for dem selv eller deres eget segment av næringen. *"Loosely coupled networks are particularly adept at generating new interpretations that is essential to the regions capacity for self organization and learning to learn. It is this ability to generate new interpretations that is essential to the region's capacity for self-organization and learning to learn"* (Grabher 1993). Tilpasningsdyktighet blir enklere om nettverkene er slik at det ikke er tvang til å følge deres råd og at de er åpne for medlemmenes ideer og tanker. I en økonomi som er åpnere enn tidligere, kan det også vise seg å være viktig at rigide strukturer brytes ned. Dette er fordi rigide nettverk passer rigide/stabile markedssituasjoner. Løse koblinger i nettverk passer bedre ett løst/åpent marked fordi markedet er tilbøyelig til å forandre seg raskt, og da kan nettverket tilpasse seg lettere. Tilpasningsdyktige aktører vil være bedre synlige, og muligheten for "spinn-off" effekten, der man lærer av andre nærliggende konkurrenter vil være enklere gjennomførbare.

2.5.3 Kritikk og problemer med bruk av Lock-in teorien

Forskningsarbeid med bruken av Lock-in som teori har ofte vært tiltenkt analyse av industriell nedgang. I dette tilfellet brukes den for å forklare nedgang i en gammel vinregion. Grabher (1993) nevner også restruktureringer for å forandre på type næring. I denne oppgaven vil hovedfokus være på hvordan man bevarer en type næring. Det er dog likheter mellom industri og vinproduksjon. Industrisektoren er en sekundærnæring, mens vinsektoren er både primær- og sekundærnæring. Dyrkingen av druer gjøres der det er mulig eller der alt annet er umulig, og regnes som primærnæring. Videre foredlingen av druer til vin er en agroalimentær aktivitet og regnes som en sekundærnæring. Siden både den industrielle- og agroalimentære sektoren er sekundærnæringer, mener jeg det er fruktbart å abstrahere Lock-in elementene og knytte dem til vinsektoren. Forskjellen mellom det å dyrke og det å foredle vin vil bli nevnt, men vil ikke være essensiell i oppgaven.

Problemer knyttet til bruken av Lock-in som teori er at den ikke tar for seg om nedgangen i en næring er regional eller sektoriell. Teorien i seg, kan ikke fortelle om det er Languedoc-Roussillons regionale aktører som kan lastes for feilene som er begått, eller om det er en sektorisk nedgang som gjelder for alle verdens bordvinsprodusenter som har skapt nedgangen. Lock-in teorien sier heller ikke noe om når lock-in faktisk inntreffer. Det kan være vanskelig å forklare nøyaktig når en næring låst inn. Det kan være når aktørene innser at de må handle annerledes for å klare seg, eller det kan være innlåsning den dagen myndighetene ønsker å trekke seg ut og ikke lenger støtte næringen. Problemet med bruk av

denne teorien er også at den viser tegn til ”etterpåklokskap”. Det er lettere å peke på feil som er gjort og gi forskjellige personer eller instanser skylden i ettertid, enn det er å spå feilene på forhånd. En næring kan bygges opp over flere generasjoner. Men en handelsavtale av internasjonal skala, kan gjøre at en næring rask blir utkonkurrert. I dette tilfellet kan man spørre seg om vinbøndene i Languedoc-Roussillon kunne ha modernisert sin industri mye lettere i dag, om de ikke hadde opplevd inntektstap grunnet konkurranse fra billigvin med opprinnelse fra Algerie og senere Italia (Torrès 2005, Orguez og Petric 2007, Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007.) Reorganisering innad i regionen og tilpasning til ”kundes marked” kunne vært lettere i dag om utenforstående hendelser ikke hadde påvirket regionen i så stor grad som det som skjedde.

2.6 ”Institutional Thickness”, samhold for regional utvikling

I søk etter informasjon om vinbransjen i Languedoc-Roussillon fant jeg to bransjeorganisasjoner, som jeg mener jobber mot det å skape større ”Thickness”. CIVL i Languedoc og CIVR i Roussillon. På begge sider stod det i september 2007 at de hadde inngått nærmere samarbeid med hverandre og skulle støtte hverandre for å oppnå felles mål. I oktober samme år ble det gitt ut artikler i vinforum.no² og på dailybeverage.com³ sine sider om at en felles merking av kvalitetsviner fra området skulle se dagens lys. Dette skulle skje fra og med slippet på 2007 årgangene av alle AOC viner fra Languedoc-Roussillon. Slik det ble fremstilt skulle alle AOC viner skulle nå gå under ”Appellation Languedoc Controlée” og presis appellasjon, eksempelvis Côtes du Roussillon, Minervois eller Corbières skulle være merket like over denne opprinnelsesgaranti merkingen. Målet med dette var å gjøre det lettere for konsumenter utenom regionen å kjenne igjen produkter fra L-R, noe som er vanskelig å gjøre siden regionen består om lag 30 forskjellige appellasjoner og underappellasjoner. Dette ble tolket dit hen at tettere samarbeid mellom, og større enighet blant, regionale aktører skulle fungere som drivkraft for å bringe regionens vinbransje ut av krisesituasjonen den befinner seg i. ”Institutional Thickness” vil jeg definere som et system der tett, effektivt og åpent samarbeid mellom institusjoner blir tatt i bruk og akseptert som en måte å forberede bransjen man jobber innenfor. Meningen med å bruke dette ”Institutional Thickness” er å finne ut om det kan være et bidrag til å bringe den regionale vinsektoren ut av en Lock-in.

² <http://www.vinforum.no/?article=2261&type=news>

³ <http://www.beveragedaily.com/news/ng.asp?id=72152-aoc-french-wine-languedoc>

Amin og Thrift (1995) lanserte begrepet "Institutional Thickness", i en tid der det virket mer og mer klart at lokale rom selv måtte finne sin plass i det globale, og at dette ikke ville skje med like sterk hjelp av nasjonalstaten som tidligere. Regionale institusjoner skulle bli mer fremtredende enn før. Den lokale proaktivitet skulle fra nå bli bygd opp rundt sosiale og økonomiske representasjoner. Representasjonen vil kun ha mening hvis de blir forstått av alle involverte aktører." *The critical question... is whether local strategies structures around common "stories" and structures are actually successful in securing a place in the world that is whether the politics and policies of place are appropriate or sufficient for securing acceptable levels of social and economic well-being within the global.* (s. 10 Amin og Thrift 1995). Hensikten hos Amin og Thrift er å danne et skjema/rammeverk der 4 forskjellige postulater ligger til grunn for 6 utfall. Hvis regionale institusjoner greier å bygge seg opp rundt disse postulatene vil utfallet bli vellykket regional utvikling.

4 Postulater:

- 1) Det må være tette og nære bånd mellom næring og institusjoner. Eksempelvis burde bransjeorganisasjoner, finansinstitusjoner, lærings- og innovasjonssentre, fagforeninger og servicesentre ha nærhet og tette bånd til hverandre. I samarbeid kan disse være en viktig vekstfaktor for aktøren i en lokal næring.
- 2) I tillegg til nærheten, må det være høy aktivitet mellom de lokale institusjonene og næringsaktørene. Det må være et tydelig engasjement, de må være klar over hverandre og være åpne for utveksling av informasjon. Kontakten og samarbeidet dem i mellom vil kunne skape regler og en bransjeatmosfære hvor aktørene kan føles seg trygge.
- 3) De involverte må jobbe målrettet og konsekvent for å utvikle seg. Hierarkier og hvem som dominerer vil i denne fasen bli tydeliggjort. Samtidig er det viktig å bevare åpenheten og ikke virke ekskluderende.
- 4) Alle involverte aktører må forstå at de tilhører ett fellesskap og er avhengige av hverandre. Agendaen som skapes vil være en som alle avhenger av og som alle er med på å utvikle. For å skape og bevare et fellesskap vil identifiseringen av dette være avgjørende for om institusjonene vil kunne holde aktørene samlet og solidariske.

Følges disse prinsippene vil en institusjonell interaksjon og synergi oppstå. Det vil si at man ved å stå sammen, i tett samarbeid bruker sine ressurser på mest målrettet og kostnadseffektiv måte. I tilfellet med sammenslåing av appellasjonsområder, ville felles markedsundersøkelser bli muliggjort i stedet for at hver enkelt appellasjon forsøker å samle informasjon om forskjellige marked. Samtidig vil alle som omfattes av appellasjonen føle at de tilhører sammen fellesskap. Arbeides det i fellesskap vil felles formål bli tydeliggjort, legitimert og tilliten som blir skapt mellom aktørene vil stimulere til bedre entreprenørskap.

Av de 4 ovennevnte postulater vil, i beste fall, 6 utfall komme frem.

- a) Standhaftighet blant involverte institusjoner. Lokal proaktivitet vil stimuleres ved at aktørene har tillit til den settingen de opererer under og en "aldri gi opp" stemning vil komme til uttrykk.
- b) Det vil skapes og videreutvikles et arkiv av felles kunnskap der aktørene lærer av hverandre. De vil lære av hverandre både på et formelt og et uformelt plan.
- c) En fleksibel atmosfære der aktørene vil våge å lære å forandre seg og se annerledes på behovet for forandring. Mulighetene for tilpasning og utvikling vil bli stimulert.
- d) Innovasjonsskapasiteten vil kunne bre seg, og ikke kun omfatte individuelle aktører men hele bransjen de jobber innenfor.
- e) Tilliten og gjensidigheten mellom aktørene vil være tydeligere og bedre.
- f) Følelsen av å være inkludert vil lette på presset til de enkelte og stimulere effektiviteten hos entreprenørene.

Når disse utfallene har intruffet, skal regional utvikling kunne fungere tilfredsstillende. Men det er for det første vanskelig å oppnå disse utfallene. Det vil sannsynligvis være noen som setter seg på bakbeina og ikke følger prinsippene. Noen vil mene det er best å holde seg til det tradisjonelle. Gjerne fordi de, av sentimentale og smaksmessige årsaker, foretrekker de tradisjonelle produktene eller produksjonsmetodene. De vil gjerne motsette seg å delta i aktiviteter som institusjonene planlegger. Det at alle skal kjenne seg igjen i de nye institusjonelle konstellasjoner er også vanskelig, sannsynligheten for at noen vil noen falle utenfor vil alltid være der. Om institusjonene klarer å organisere seg slik at et effektivt og åpent system realiseres kan også være vanskelig. For tykke bånd vil også hindre at "schumpeterianske" entreprenører finner nye veier å gå, og regionen kan i slike tilfeller igjen

gå mot en Lock-in situasjon. Samtidig virker det som om "Institutional Thickness" tar mest for seg hvordan en lokalitet skal fungere innad, de sies lite om hvordan institusjonene skal forholde seg til utenforstående.

2.7 Integrasjon i globale produksjons(distribusjons)nettverk

Vellykket integrasjon i globale produksjonsnettverk kan være nøkkelen til suksess i dagens åpne økonomiske system (Coe et. Al 2004). Siden vin er et produkt der råvarene er lokalt produsert/fremstilt blir det i dette tilfellet vanskelig å snakke om produksjonsnettverk. Det er et begrep som passe bedre der vare blir designet på forskjellige steder, produsert på forskjellige steder, satt sammen forskjellige steder og solgt til forskjellige steder. Vinen som denne oppgaven skal ta for seg blir produsert i en bestemt region, men den selges over hele verden av tallrike aktører. Derfor vil begrepet rekonseptualiseres som globale distribusjonsnettverk.

Ifølge Strange (1991) i Amin og Thrift (1995) er det tre grunner for å satse globalt.

- Brakt frem av teknologiske forandringer, blir nye produksjonmetoder tatt i bruk.
- Bedret kapital mobilitet gjør investeringer billigere og raskere.
- Kommunikasjons- og transportmulighetene som finnes i dag gjør flere områder i verden lettere tilgjengelig.

Til dette kan det være ønskelig å legge til flere grunner for å satse globalt.

- Hvis den lokale og/eller den nasjonale etterspørselen etter en vare er mindre enn tilbudet, vil eksport være den eneste måte å opprettholde deler av næringen.
- Markeder med større kjøpekraft kan betale en bedre pris for varene enn lokale kunder flest har råd til.

Henderson et al. (2002) brukte begrepet globale produksjonsnettverk for å forklare hvordan interregional handel er med på å forme den globale økonomien. Videre tok Neil Coe et. al (2004) begrepet videre og mente at økonomisk utvikling i en region er avhengig av hvordan den klarer å integrere seg i globale handelsnettverk. *"The fortunes of regions is shaped not only by what is going on within them, but also through wider sets of relations of control and dependency, of competition and markets. These relations may be with other regions within the same national territory, but increasingly occur at the international scale* (s 469. Coe et al. 2004). Nærhet mellom institusjoner og næring sprer seg her på tvers av geografiske skalaer. Noen institusjoner må derfor få ansvaret for kontakt og koordinasjon med utenforstående aktører, som oppkjøpere og distributører. Det må også her skapes tette bånd og forståelse for

hverandre. Behov og muligheter bør være tydelige slik at det oppstår en klarhet mellom det som tilbys av produsenter og det som etterspørres av kundene.

Det kan dog være farer ved tett integrasjon i globale produksjonsnettverk. Regionen kan miste kontroll over egen skjebne hvis makten til oppkjøpere og kunder blir så sterk at de regionale aktører i stedet for å utvikle seg og oppnå vekst, kan bli for avhengige og dermed miste sin styrke i forhandlinger om priser. Å integrere seg inn i andres nettverk og tilfredsstille deres krav og behov kan vise seg å være vanskelig. Kulturforskjeller kan komme i veien og ødelegge viktige deler av kommunikasjonsaspektet, som i internasjonal handel kan vise seg å være veldig viktig. Forbruksvaner blant produsentenes opprinnelige kunder og nye kunder kan komme på kollisjonskurs. I slike situasjoner kan møysommelig koordinering av produksjon og også kommunikasjonsprogrammer for å lære bort nye måter å forbruke på, stimulere til bedre muligheter for vekst.

2.8 Fransk entreprenørskap, en tradisjonalistisk modell

Entreprenørskapskonstellasjoner er på ingen måte noe homogene, de skifter form fra sted til sted (Torrès og Blandin 2004, Torrès 2005). De er formet av kultur, behov og vaner. Man kan derfor ikke forstå en form for entreprenørskap uten å studere samfunnet hvor den er skapt i. Sosiopolitiske-, kulturelle og økonomiske faktorer vil spille en rolle i vår forståelse av disse. Mondavisaken i Languedoc er et godt eksempel på hvordan lokalsamfunn mobiliserer seg i forhold til globaliseringen og hvordan utenlandsk entreprenørstiler kan virke som en trussel (Jones 2003). I fransk entreprenørskap er det en forventning om at trusler vil oppstå og det mobiliseres imot disse (Torrès 2005). Sammenvevde og tilsynelatende lukkede nettverk ønsker bevaring av det eksisterende. Fransk kollektivism handler i stor grad om å samle lokale krefter og skape bånd som skal hindre ulykke og motgang. Når en fransk entreprenør har skapt noe og funnet sin plass i et hierarki blir dennes mål å finne en plass i interessegrupper, som har det formål å bevare alle involverte sine plasser og gjerne styrke de mot utenforstående. De som blir sett på som dyktige blir valgt i profesjonelle organisasjoner og/eller i politikken, nasjonalt og lokalt. Ofte jobber disse imot konkurranse og for beskyttelse av de lokale foretak i et slags konglomerat av uavhengige individualister. De ser på seg selv som selvopprettholdende og dynamiske, flinkere enn vanlige statsfunksjonærene og frihetsforkjempere som står imot stordrift og utbytte. En slags "*pater familias*" hvor små bedrifter går fra generasjon til generasjon. Bilde for dette er ofte bedriftslederen som holder til i utkantstrøk, med gamle maskiner, der kjærligheten til yrket overgår ønsket om å tjene seg

rik. De druer mye krefter på å oppnå, men enda mer for å bevare og gi arven videre til neste generasjon. Ofte er det like mye krefter som brukes i entreprenørskapfasen, som det brukes i nettverksdannelsen (Torrès 2005). Beslutningene som blir tatt blir derfor for at fellesskapet bevares og ikke nødvendigvis utvikles. Innovasjon og forandring er ikke i høysetet, men forsvaret av interesser og beskyttelsen mot utenforstående krefter. Det nære er kjært og fjernt.

Meningen er å bevare små lokale entreprenørers plass og ikke skape store enheter som i Californiskolen (Torrès 2005) Stordrift er statsaffærer i Frankrike hvor de fleste større bedrifter er statseide, eller har stort statlig eierskap. Elitismen rår og sentralmakten regnes som "dirigistisk". Motstanden mot det utenforstående og statens dirigistiske hånd organiseres derfor i lokale næringsnettverk. Fransk- tradisjonelt entreprenørskap og den moderne liberale entreprenør kan skjematiseres på følgende måte:

Tabell 2.1 En sammenligning mellom kollektivistisk og liberalt entreprenørskap

Fransk, kollektivist og tradisjonelt entreprenørskap	Amerikansk liberalt og moderne entreprenørskap
Erkjennelse og tilhørighet.	Iverksetting og selvrealisering
Beskyttende instinct	Konkurransinstinkt
Farsbånd og lav vekst	Innovasjoner og rask vekst.
Forsvarer innehavende inntekter og posisjon.	Søken etter pioner posisjonen
Isolert, eller med i samlinger.	Nomade, entreprenør og kjøper opp andre
Strategisk hindring av trusler.	Leter etter muligheter,
Solidaritet og forkastelse.	Prosjektorientert, offensivt
Tradisjonelt bilde.	Moderne bilde.

Basert på Torrès 2005.

Dette skillet mellom to entreprenørskapsmodeller er noe karikaturert. Det er ikke slik at alle franske entreprenører er kollektivistisk orienterte. Amerikanske entreprenører er nok heller ikke helt frie for eventuelle sammenvevde og utelukkende nettverkskonstellasjoner. Meningen

med å bruke denne modellen er å se om deler av vinbransjen i L-R befinner seg i en posisjon som kan betegnes som kollektivistisk og om denne er adekvat i forhold til dagens krav om markedstilpasninger.

2.9 Oppsummering av teoriene og utledning av arbeidshypotese

I denne delen av oppgaven har jeg kommet inn på kritisk-realisme som vitenskapsteoretisk retning. Meningen med det var å presentere min forståelse av faget økonomisk geografi og hvordan resonnementet underveis i oppgaven blir fulgt. Når det gjelder teori er første punkt sti-avhengighet. Den vil bli brukt aktivt for å vise hvilke historiske hendelser, som har ført vinbransjen i L-R dit den befinner seg i dag. Grabhers Lock-in teori brukes for å forklare nedgang i bransjen og hvorfor varsomhet, i forhold til strategiske valg, kan ha følger for fremtiden. Løsningene på Lock-in er valgt utifra Grabhers ”motgifter” og Amin og Thrifts ide om at ”institutional thickness” er en viktig betingelse for regional utvikling. Disse to vil bli drøftet for å finne ut om noen av deres elementer kan påvirke vinbransjen i Languedoc-Roussillon. Videre har betydningen av eksport blitt understreket. Siden det franske vinkonsum har sunket så er deler av vinbransjen nødt til å integrere seg i globale distribusjonsnettverk. Sammenligningen mellom det kollektivistiske og nyliberale økonomiske system vil under hele oppgaven bli tatt i betraktning. Dette er for å finne ut om hvilke trekk ved L-R sin vinbransje som faller inn under modellen, og om dette er et hinder for utviklingen i regionen. Arbeidshypotesen er:

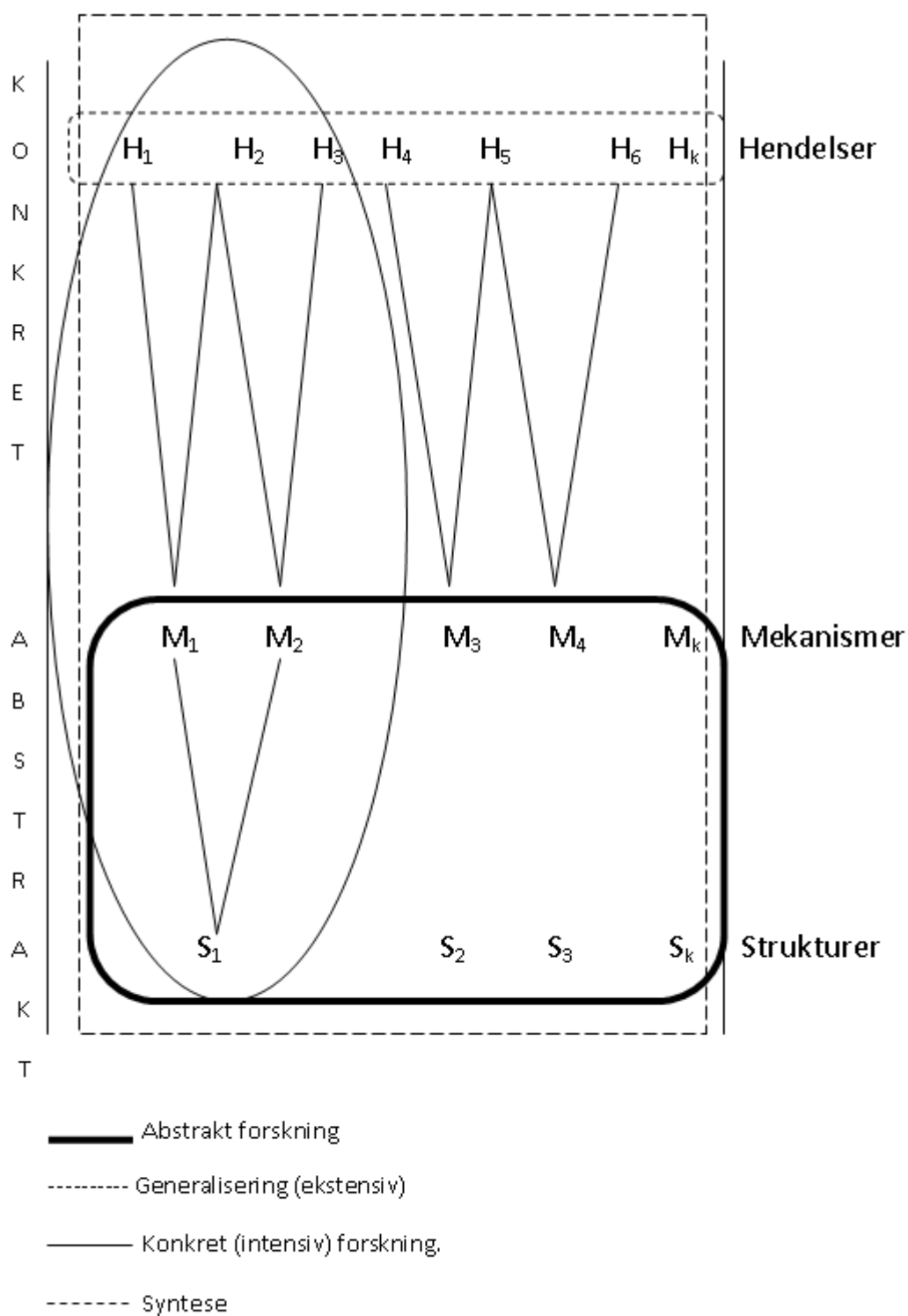
Languedoc-Roussillon sin vinbransje har fulgt en stiavhengighet, som fører den inn mot en lock-in situasjon. Bransjen kan unngå lock-in hvis den følger Grabhers ”motgifter” mot lock-in, hvis den arbeider for større ”institutional thickness” og hvis den satser på å integrere seg i globale distribusjonsnettverk. I forsøket på å unngå lock-in vil den fransk-tradisjonelle kollektivistiske modell vil være et hinder for at aktørene i vinbransjen skal klare å utvikle og modernisere seg.

3. Metode

I denne delen av oppgaven vil det bli redegjort for valgt av metoder. Innledningsvis vil jeg komme innpå forskjellige typer metode og gjøre rede for deres styrker og svakheter. Videre vil jeg forklare hvordan jeg gikk frem under innsamling av data. Observasjon, deltakelse, intervjusituasjoner og hvilke etiske hensyn jeg tok hensyn til under innhenting av informasjon vil bli diskutert. Videre vil jeg fortelle om forskjellige statistiske informasjonskilder som er brukt i oppgaven, og hvordan metodisk triangulering ble brukt. Deretter vil jeg ta opp begrepene *troverdighet*, *bekreftbarhet* og *overførbarhet*, tre krav som stilles til god kvalitativ forskning. Avslutningsvis vil jeg drøfte om hvorfor refleksjoner i forhold til forskerens posisjonering er viktig.

Kvalitative metoder karakteriseres ved at de søker å oppnå forklaringer på sosiale fenomener, og de preges av direkte kontakt mellom forsker og de som studeres (Thagaard 2003). De kan betegnes som intensive studier som søker etter kausale forklaringer ved å gå i dybden på fenomener. *Kvantitative metoder* som søker etter lover og regularitet ved å spørre; hvor mange? Kvalitative metoder med det mål om å få svar på hvorfor og hvordan. Man ønsker å rette fokus mot å forstå hvordan personer forstår situasjonen de er i og i dette tilfellet hvorfor de har havnet der og hvordan de jobber mot å bedre sin posisjon. Målet er ikke å finne ut om eksempelvis firmaer som har brukt over 20 % av sitt budsjett til markedsføring er bedre stilt enn andre og med det forsøke å generalisere om det er virkningsfullt med et markedsføringsbudsjett på over 20%. Fordelen med kvantitativ metode er at man kan finne ut hva som de med et budsjett på under 20 % gjør. Videre kan man finne ut hvorfor noen ikke kan eller vil bruke 20 % av sitt budsjett på markedsføring. Flere nyanser kan også komme frem ved at man, ved å gå i dybden. Eksempelvis kan finne ut hvorfor noen kan lykkes selv om de bruker under 20% av sitt budsjett på markedsføring eller hvorfor noen som bruker 20% ikke lykkes. Forskeren må derfor sette seg inn i informantens situasjon og være åpen for å motta den informasjonen som blir gitt. Disse to formene for forskning kan dog være overlappende og et forskningsopplegg kan være åpent for å ta i bruk begge metodene og foreta datatriangulering.

Typen forskning.

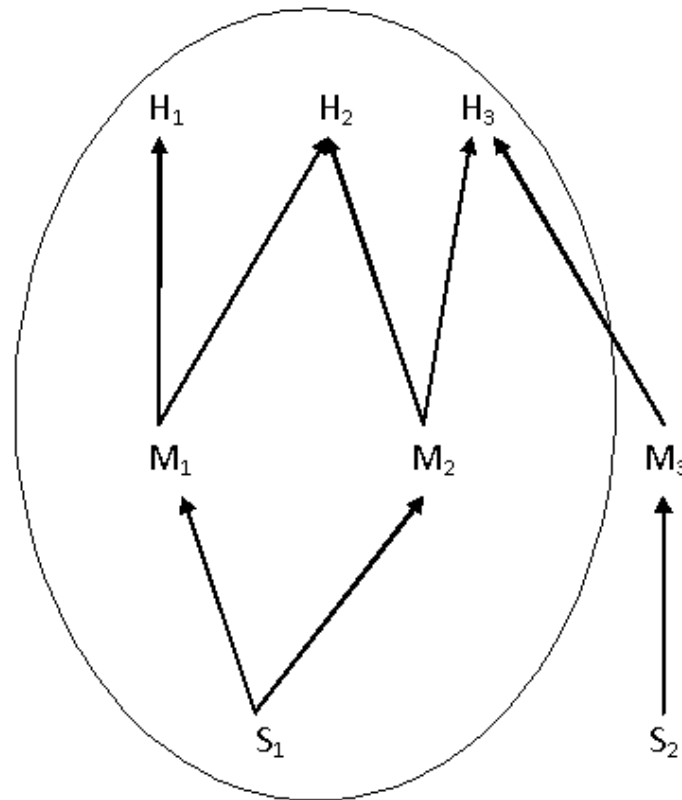


Kilde: Sayer 1992 i Cloke et al. 2004

Figur 3.1

Abstrakt forskning tar for seg hvordan underliggende strukturer kan generere mekanismer. Generalisering ser etter regulariteter i det sosiale liv. Intensiv forskning går i dybden og ser etter kausale mekanismer. Det idelle ville vært et syntetisk forskningsopplegg, som tar for seg alle tre aspektene ved denne modellen, men det vil ikke bli gjort i denne oppgaven. Her falt valget på kvalitativ intensiv forskning. Svakheter med kvalitative metoder er at de søker etter kausale mekanismer, så kan det hende at man søker etter en hendelses forbindelse til strukturen og overser mulige mekanismer som også kan være med på å påvirke hendelsen. I denne oppgaven er fokus satt på Lock-in mekanismer og det blir naturlig å søke etter hendelser som synkende eksport og forklare dem ved at aktører ikke er tett nok integrert i globale distribusjonsnettverk. Det vil da være naturlig å søke etter informasjon for å kunne bekrefte/avkrefte hypotesene man jobber utifra. Men i virkeligheten kan det være at hendelser som ikke er satt i fokus i oppgaven påvirker eksporten. En sterk Euro kurs og en svak Dollar kurs kan gjøre at vin fra L-R blir for dyr for konsumenten og at eksporten derfor lider av valutaforhold og ikke grunnet feiltakelser foretatt av aktørene. Nedenstående figur viser hvordan dette er mulig.

Svakheten til intensive studier



Basert på Sayer 1992 i Cloke et al (2004)

Figur 3.2.

Her ser vi at hendelser kan være forårsaket av mekanismer som ikke er fokus for forskningsopplegget. Det ville vært ideelt om alle andre påvirkende forhold ble tatt hensyn til, men det er ikke alltid man får de med seg. Man må derfor være åpen for at det kan finnes andre forhold som er med på å påvirke det som oppfattes.

Videre, i kvalitativ forskning, krever den nære kontakt med andre at man setter seg inn i informanternes situasjoner på en fornuftig måte slik at tillit skapes og informantens verdighet blir ivarettatt. Etiske refleksjoner før, underveis og etter vil være essensielt for at forskningsprosjektet skal bli vellykket. Denne forskningstilnærmingen er ofte undersøkende, så det er ofte viktig å være fleksibel for et åpent opplegg uten for stramme rammer. Dette er fordi informasjonen man får underveis vil kunne være annerledes enn det man på forhånd hadde regnet med at de skulle bli. På denne måten kan teori og problemstilling etter hvert som utforskningen foregår utvikle seg. Men kvalitative metoder kan også ha et strukturert preg.

Problemstilling er da forhåndsdefinert og en søker å videreutvikle teori, ved å finne nye aspekter i dataene som kan knyttes videre til teorien. Siden forskers nærvær har påvirkning på informantene og informantene har påvirkning på forskeren, må forskeren til enhver tid ha et reflektert forhold til kontakten som skapes. Men tross disse refleksjoner kan det ikke sies noe entydig om hvordan informant og forsker faktisk har påvirket hverandre. Så denne refleksjonen skjer på hypotetisk grunnlag, men eventuelle utfall av refleksjonen er viktig å ta i betraktning.

3.1 Observasjon og deltakelse

Observasjon er en gammel metode og ble aktivt brukt av oppdagere og geografer i fagets yngre dager under den europeiske imperialismen (Cloke et al 2004). Den brukes fortsatt som metode i mange samfunnsfag. Målet med observasjon er å få bedre forståelse av samfunnsmessige forhold som skjer i et utvalgt studieområde. Dette gjøres ved at man på forhånd velger ut hva man skal forsøke å delta på. Underveis er det viktig å foreta aktive valg slik at observasjonen blir best mulig (Kearns 2000). Før man blir med på deltagende observasjon er det etiske refleksjoner man, på forhånd bør foreta seg. Man bør kle av seg førforståelsen man har til begivenhetene og de involverte. Dette er en ideal og kan være vanskelig å utføre i virkeligheten. Valget i dette studiet var å delta på arbeid, og tilbringe to dager i nærheten av personer som jobbet med vin. En bekjent jeg kontaktet før min ankomst fortalte at det var mulighet for å delta på nyplanting av druestokker. Det var i mars måned 2008. En vinbønde hadde funnet to personer som skulle hjelpe til på åkeren mot uregistrert betaling. Rollen jeg valgte var å oppføre seg som en ansatt på prøvetid, som ønsket å gjøre en innsats for å kunne bli fast ansatt. En annen viktig ting å gjøre refleksjoner rundt er hvordan informantene oppfatter forskerens nærvær. I følge Eriksen (2001) er det to roller forskeren kan få, klovnerollen eller ekspertrollen. Klovnerollen blir tildelt av informantene, som ser forskeren som fersking i forhold til det som foregår. Ekspertrollen blir tildelt om man blir oppfattet som en person av høyere status og med større kunnskaper om deler av tema som informantene ikke har tilgang til. Dette avhenger dog over hvor opptatt forskeren er av sine egne plikter mens feltarbeider foregår (Thagaard 1998). I dette tilfellet var både vinbonden og de "ansatte" opptatt av arbeidet sitt og mitt nærvær ble mer sett på som en lettelse slik at arbeidet kunne gå fortere. På kveldsaktivitetene følte ikke mitt nærvær særlig annerledes enn de to andre "ansatte" sitt.

Under dette tilfellet var det viktig å vise arbeidsvilje, selv om jeg hadde vært på reisefot dagen før. På kvelden var ønsket jeg å oppføre meg høflig og bekvemt. En annen viktig ting var å stille spørsmål underveis. De to "ansatte" jeg jobbet med visste f.eks ikke hva druestokkene på åkeren het. For å finne ut dette spurte jeg vinbonden hva slags planter det var og hvorfor disse ble valgt fremfor andre. Jeg spurte også hvordan det sesongmessige arbeidet på åkeren ble utført ut over de fire årstider. Nyssgjerrigheten gjorde bonden glad. Interesse for tankene bak vårt arbeid gav en slags erkjennelse om at det er noe meningsfylt vi drev med. Videre vil slikt engasjement forsterke tillitsforholdet mellom informant og forsker. Den typen observasjon som ble brukt under feltarbeidet skulle brukes til *utfylling* av informasjon og *kontekstualisering* av samfunnsmessige forhold. Utfyllingen gikk ut på å kontrollere opplysninger rundt det som ble fortalt i intervjuer. På en vingård jeg besøkte fortalte at de måtte ha høye standarder fordi de fikk besøk av eksempelvis innkjøpssjefer fra store hotellkjeder. Denne vingården hadde burgunderfargede duker som var lagt rundt midten av eiketønnene de benyttet seg av til å lagre vin. Hullet i eiketønnene som det fylles vin gjennom pleier å lekke litt før det blir satt på kork, og vinen som kommer utenfor setter igjen flekker rundt hullet. Denne estetikken ble ikke brukt andre steder der de ikke hadde denne type klientell, eller ikke satset på "image" på samme måte. Observasjon ble også brukt for å se seg rundt. Når noen sier de lever under vanskelige kår og man kan se at de har en gammel traktor og et hjem med eldre møbler, kan man lettere tro på det de forteller. Kontekstualiseringen gikk i dette tilfellet ut på å kjenne på kroppen hvor hardt arbeid det kan være å drive med vinproduksjon og deretter få økt innsikt i hva dette dreide seg om.

Observasjonstypen som ble foretatt da jeg deltok i planting av druestokker er å regne som *fullstendig observasjon*. Ved å delta i en hverdagslig, og også helgerelatert, hendelse på lik linje med informantene, var målet å oppnå innsikt i en vinbondes og to "ansattes" liv og deres opplevelse av dette livet. *Passiv observasjon* er når man kun observerer. Hadde dette blitt gjort på arbeiderne på vinåkeren, ville jeg følt som en hån mot deres harde innsats. Mitt nærvær ville sikkert heller ikke blitt særlig satt pris på, og dette kunne gjort senere intervjuer vanskeligere. *Deltakende observasjon*, som er en mellomting ville ikke gitt samme følelse i forbindelse med det å kjenne arbeidet på kroppen og ville heller ikke blitt satt pris på når de andre jobbet hardt.

Denne vinbonden, som også er et kooperativmedlem, hadde jeg møtt i desember 2007. Der hadde jeg presentert min oppgave og teori, uten å ha lyktes i å få til tilfredsstillende kommunikasjon. Målet nå var å komme nærmere innpå miljøet. Denne parselleieren vi jobbet

på var et nyervervet stykke jord som bonden hadde kjøpt av en som hadde lagt den brakk mot kompensasjon, noen år tidligere. For å slippe å betale plantingsavgift la vinbonden en annen parsell på samme størrelse brakk og til sommeren skulle vinstokkene rives opp. Om sommeren er plantene tørrere og ønsket var å lagre dem og bruke dem som fyringsved til neste vinter. Grunnet jordkvaliteten på denne parsellen valgte bonden å satse på denne istedenfor en av sine gamle. Vi skulle plante Chardonnay, en populær hvitvinsdrue, som kooperativet kjøper opp for å lage en landvin (Vin de Pays). *"Jeg tenkte å satse mer på hvitvin. Siden vi (i regionen) lager så mye rødvin, som ikke selger og lite hvitvin som alltid selger, vil det være mer fremtidsrettet å plante hvite druer. Det er første gang jeg gjør det, men vi får råd og tips om hva vi bør gjøre på kooperativet."* (Intervju, vinbonde mars 2008). Det blåste så mye den dagen at vi knapt greide å stå på beina. Med traktor og roterende blader hadde bonden pløyd jorda slik at den var mykere på dens øverste lag. Med hakker hakket vi hull i jorden og via et rør på hakken slapp vi ned planteskuddene, disse var dyrket frem av en planteforhandler i et lite laboratorium/drivhus. En rotasjonsmekanisme på hakken gjorde at vi kunne stampe igjen jord rundt planten. Da vi hadde lagt opp noen linjer, vannet bonden åkeren slik at plantene skulle få bedre feste, og vi tok deretter og dekket de små plantene med et lite rektangulært plastrør. De skulle fungere som midlertidige drivhus og de skulle beskytte planten mot vind og kaniner, som ofte spiser på de nye lysgrønne skuddene. Jobben var fysisk krevende og vi måtte bøye oss mye opp og ned, og vi måtte fjerne steiner som vi kom til å hakke på. Det var fredag og ukeslutt, så vi ble invitert på middag hos vinbonden påfølgende kveld. Goody (1984) i Orguez og Petric (2007) uttrykker følgende: *"De som spiser og drikker sammen blir bundet av vennskap og felles plikter (...) Denne akten er en høytidelighet og uforanderlighet, som viser at alle som er med på måltidet er brødre og at alle plikter om vennskap og brorskap (fraternité) blir implisitt erkjent gjennom denne felles handling."* (s, 25 egen oversettelse). Som tidligere erfaringere i Frankrike hadde vist, var det lettere stemning med menneskene rundt meg etter å ha inntatt felles måltid. De fortalte meg at i en samtale at *"Himmelen er for høy og jorda er for lav, heldigvis er middagsbordet i riktig høyde"*. Senere spilte vi kort, "vriåtter" og "spardame", og litt utpå kvelden fikk vi være med på den lokale kafeen. Det var valgkamp og vi fikk hilse på Borgemesteren, som hadde tatt seg en tur for å hilse på folk. En del bånd var blitt skapt og det ble lettere å kommunisere med vinbonden. I løpet av denne arbeidsdagen og fredagskvelden hadde vi jobbet sammen, bonden var blitt klar over at vi spilte samme type kortspill i Norge, vi smakte på den lokale hetvinen og tok en tur på den lokale kafeen. Tillitsforholdet mellom oss var blitt sterkere enn da vi møttes i desember 2007. Intervjuene med bøndene to dager senere (søndag) var lettere å utføre enn i desember. Vi hadde bedre kontakt og en dags fravær

skapte litt analytisk distanse som er nødvendig for å et bedre helhetsperspektiv på hendelsene (Thagaard 2003). I desember 2007 hadde jeg møtt vinbonden til intervju, og etter å ha jobbet med problemstilling og teori en stund på forhånd, åpnet jeg intervjuet med å rask grei ut om disse. Intervjuet føltes ubekvemt.

"Tolkning av data kan innebære etiske dilemmaer når forskerens perspektiv er forskjellig fra informantens forståelse av sin egen situasjon. Fordi forskeren ser informantens situasjon utenfra, vil forskeren som oftest ha et annet perspektiv enn informanten. Et perspektiv basert på en utenforståendes ståsted kan oppleves som fremmedgjørende og provoserende på informanten". (s. 170. Thagaard 2003)

Det var dårlig kommunikasjon mellom oss og vi ble fremmede for hverandre. Etter deltakelse ute i åkeren var eksperimentrollen, som ofte gir informanter et negativt inntrykk av forskeren, blitt avkledd og dialogen mellom oss var betraktelig forbedret. Til det videre arbeidet med intervjuer, ble jeg klar over at jeg skulle bruke uttrykket *vinkrise* og ikke greie ut om *Lock-in* begrepet til Gernot Grabher. I stedet falt valget på å presentere en åpen problemstilling som jeg da jobbet ut ifra.

Etter å ha vært med på deltagende observasjon, oppnådde jeg bedre innsikt og bedre kontakt med informanten. Det som overrasket meg mest var hvordan min selvtilit ble bedret. Tross at det bare var en dags arbeid hadde en følelse av hva arbeid i denne bransjen kunne dreie seg om. Myten om passivekooperativmedlemmer som kun leverer druer og ikke har fremtidsrettede tanker (Chevet 2003) ble nyansert. Innsiktien i nyplanting og forskjellene på bordvinsplanter og planter for kvalitetsvin gjorde at jeg hadde et visuelt bilde, når jeg senere diskuterte tema. Ved senere intervjuer ble det enklere å snakke om det komplekse forholdet som eksisterer mellom leverandør og kooperativ. Det ble også enklere å spørre hvordan ideer, som nyplanting for større produktmangfold, ble iverksatt. Ord og uttrykk om vinproduksjon ble også introdusert for meg slik at jeg enklere kunne forstå disse i senere situasjoner.

3.2 Det kvalitative intervju

Det kvalitative intervju skal gi fyldig og dyptgående informasjon om personers syn på egen livssituasjon og dermed data som beskriver dette synet. Gjenfortellinger av hendelser (Thagaard 2003) som informantene hadde vært med på, og opplevelsen av disse, var ofte det som svarene i intervjuene dreide seg om. Men mange av svarene ble gitt i forhold til tallmessige situasjoner som påvirker informantens arbeidsplass. Et kvalitativt intervju kan være lagt opp på tre måter, *ustrukturert*, *delvis strukturert* eller *strukturert* (Thagaard 2003). I

et ustrukturert intervju har forskeren få spørsmål og informanten får anledning til å komme med mange temaer som forskeren på forhånd ikke hadde tenkt på og som kan være interessante i den videre forskning. Videre er det viktig at forskeren er godt forberedt på intervjusituasjonen. Dette er en erfaringsmessig sak og noe man blir bedre til over tid. I disse intervjuene ble det ikke gjort noen forberedende treningsintervjuer, men i stedet forsøkte jeg å sette meg inn i litteratur om kooperativenes lønningssystemer og driftssystemer. For institusjoner og vingårder som hadde det, leste jeg deres websider for å få et forhåndinntrykk av dem og det de drev med.

I forbindelse med denne oppgaven ble det foretatt to intervjuer i desember 2007 og tolv i mars 2008 i Languedoc-Roussillon. De to personene som ble intervjuet i desember 2007 ble igjen intervjuet i Mars 2008. I ettertid ble det foretatt et telefonintervjue til Frankrike og et intervju med en informasjonskonsulent ved det norske Vinmonopol. Siden feltarbeidene var av kortvarig art, valgte jeg å satse på å få en stor bredde av informanter fremfor å søke etter meningsmetting. Derfor valgte jeg alt mellom arbeidere, små og store jordeiere, eksportfirmaer, bransjeorganisasjoner, kooperativansatte og medeiere i selvstendige vingårder. Problemer knyttet til det å ikke finne meningsmetning er at den enkelte informants opplysninger kan få stor betydning på deler av oppgaven. Senere i oppgaven vil jeg fortelle om produsentgrupperinger og eksport. Opplysningene jeg hentet inn var kun fra en person, så forståelsen av disses rolle blir veldig farget av den ene jeg fikk besøkt.

Intervjuene varte fra to til seks timer, selv om det ofte anbefales at de varer rundt 45 minutter (Hesselberg 1998). Grunnen for dette var at jeg ønsket mest mulig informasjon fra de få personene jeg fikk intervjuet. Samtidig som at forståelsen av tema økte for hvert intervju, hadde jeg mer å spørre om og flere momenter som kunne bli avklart eller motsagt. Intervjuene var i starten nokså ustrukturerte, men etter hvert fikk de et mer og mer strukturert preg. Et problem ved å ha så lange intervjuer var å følge dramaturgien som er anbefalt i intervjuguider (Hesselberg 1998. Thagaard 2003). Presentasjon av problemstillingen gav imidlertid informantene et hint om at dette kunne ta tid. Dette var ikke tiltenkt på forhånd, men da de ble fortalt at oppgaven skulle handle om vinkrisen var det flere som svarte: "*Oi da! Vi har mye å snakke om*". Intervjuene startet med generelle spørsmål om hva personene het, hvilken stilling de hadde hvor de jobbet og hvor mange hektar de hadde ansvar for. Etter hvert kom det spørsmål om av mer emosjonell karakter som skulle handle om hvordan de selv ble påvirket av vinkrisen og hvordan de jobbet med å takle vanskelighetene knyttet til denne. Å tone ned det emosjonelle mot slutten eller avslutte med latter ble litt vanskelig. Av og til måtte litt humor til for å løfte stemningen opp litt, men det stod fortsatt flere ubesvarte spørsmål på

skjema. Det ble derfor ofte en veksling mellom emosjonelt tunge tema og humoristiske bemerkninger eller nedtonende generelle spørsmål. Hva intervjuet til slutt endte med, ble tilfeldig. For å bote på dette, valgte jeg heller å vise stor takknemlighet over at informanten hadde tatt seg så mye tid og understreke hvor viktig informasjonen var for oppgaven.

De fleste intervjusituasjonene foregikk tilfredsstillende. Informantene var glade for å se at en relativt ung person hadde interesse for bransjen deres⁴, det ble også opplevd som positivt at det fantes interesse for situasjonen deres i Norge og i tillegg var det en fordel å ha familie ifra regionen slik at jeg forstod den spesielle sørfranske aksenten og var delvis lokalkjent. Noen av intervjuene ble tatt med båndopptaker, og noen uten. Det jeg merket meg ved de første intervjuene i både desember 2007 mars 2008, var at jeg ofte så: "å ja" og bekræftende "mhm -lyder" på steder der jeg fikk uventet informasjon. Thagaard (s, 86. 2003) kaller dette for *prober* og mener disse kan vise informanten at man følger med og er interessert. Men da jeg selv hørte på intervjuet fikk jeg heller følelsen av at jeg tok svarene for gitt og ikke var åpen for å finne ut mer. I stedet burde jeg kommet med oppfølgingsspørsmål. Slikt fikk jeg avklart med en informant per telefon. Etter hvert i mars 2008, var jeg veldig oppmerksom på å stille klare oppfølgingsspørsmål og be om utdypninger. Andre vanskeligheter var personer som ikke hadde skrudd av sine telefoner under intervjuene. Det virket forstyrrende å gjøre det vanskeligere å holde tråden i intervjuene. I en av situasjonene fikk en informant en telefon som gjaldt en feil en ansatt skulle ha begått. Etter hvert under intervjuets gang måtte jeg høre på en lang lekse, inklusivt ufin språkbruk, over hvor dumme og illojale folk kunne være. Dette gav inntrykket at av denne sjefen gjorde seg opp raske meninger, før den ansatte fikk gjort rede for seg. Dessuten hadde ikke jeg noe med dette å gjøre. Under resten av intervjuet hadde jeg mest lyst til å forlate salen. Ellers følte jeg ingen problemer med språk. Informantene var overasket over fransknivået og var behjelpelige da jeg ba dem utdype tekniske og administrative uttrykk. Når det gjelder klær og det å være på nivå med informanten (Thagaard 2003), var dette noe jeg tenkte på i begynnelsen. Jeg kledde meg enkelt hos vinbøndene og kledde meg finere hos en eksportør. Siden sistnevnte virket interessert i å rekruttere meg for å bli en av hans selgere, tenkte jeg å heller dukke opp kledd som jeg vanligvis kler meg, enkelt men korrekt. En annen ting er at informantene sannsynligvis ønsket å gi et positivt bilde på mange av aspektene ved regionen og da særlig dens produkter. Til det vil jeg si at de nevnte viner og matretter jeg ikke tidligere har prøvd, men de vil bevisst ikke bli nevnt i oppgaven.

⁴ Som vi vil se senere, er det flest eldre som jobber med vin i L-R.

Stedene hvor intervju holdes kan være av betydning for et vellykket intervju. Særlig viktig ønsker jeg å påpeke det med ro og stillhet. Forstyrrende elementer som telefoner, forbipasserende eller andre personer kan være vanskelig for å opprettholde et godt konsentrasjonsnivå. Under tre av intervjuene ble det avbrudd med at informanten fikk telefoner. Hvor mye innvirkning dette hadde på intervjuene var faktisk avhengig av kjemien som allerede var etablert mellom oss. I en situasjon ble kontakten forverret, særlig siden denne telefonen så ut til å irritere informanten. I andre situasjoner derimot, fikk jeg anledning til å slappe av litt og se gjennom papirene spørsmålene var skrevet på. Et enkelt "beklager" gjorde at samtalen enkelt tok seg opp igjen. På slutten av feltarbeidet, var det tilbud på vin i et av de store franske matvarekjedekompleksene. Jeg tok kontakt med en av selgerne der og fortalte at jeg bodde i Norge og skrev en oppgave om regionens vinbransje. Selgeren fortalte straks at dette tilbudet skjedde fordi mange vinprodusenter var nødt til å selge unna lagrene sine for å få plass til den nye årgangen som ble tappet fra tønner til flasker og at dette var grunnen til at det da var tilbud. Vi avtalte å møtes etter hans arbeidstid på en kafe inne på kjøpesenteret. Der kjente han "alle" og det kom folk og hilste hele tiden. Det ble derfor mye hilsing og venting på at samtaler skulle ende. Intervjuet var spontant, så det ble brukt ustrukturert intervjuform. Intervjuet gav dog interessante opplysninger for det viste hvordan store kjeder presser prisene ned når de vet at vinprodusentene har varer som må ut fra lagrene sine. Et annen vanskelighet knyttet til et spontant intervju var at en teknisk direktør (ønolog), jeg kom i kontakt med i ved et utsalgssted for vin ønsket å vise meg rundt på vinrankene de hadde. Der hadde jeg ingen mulighet for å notere. Men samtalen gav innblikk i samspillet mellom jordsmonn, skråninger og eksponering i forhold til solen.

Det ideelle ville selvfølgelig å alltid være i et stille kontor der både forsker og informant har en avslappet følelse. Siden det ikke alltid er enkelt å få tak i informanter i ideelle settinger, må forskere belage seg på å vise fleksibilitet og ikke minst være åpne for at informantene ofte kan være veldig opptatt. At informanten bruker av sin egen arbeidstid på et forskningsopplegg mener jeg man bør være takknemlig for og dermed godta at noen forstyrrende element kommer litt i veien.

3.3 Etske dilemmaer knyttet til opplysninger fra informantene

I løpet av feltarbeidet fikk jeg være vitne til svart arbeid. Det skal ikke være mulig for noen skattemyndighet å spore opp disse personene. Om dette ble muliggjort ville det vært skadelig for videre forskning (Thaagard 2003). Skulle informantene få problemer ville det i fremtiden bli vanskelig for andre forskere å kunne oppnå opplysninger ifra personer i området. Kritikkk av institusjoners favoriserende og halvkorrupte roller var også et tema som ble belyst. Noen informanter gav klare opplysninger og nevnte både organisasjoner og navn. Informantenes åpenhet og ønske om å vise til ting de opplevde som urettferdig kan i ettertid få innvirkninger på dem. Noen begynte å bli forsiktige da de begynte å snakke om favoriseringer innad i organisasjoner. Sulten på informasjon benyttet jeg anledningen til å fortelle at informasjonen ville være konfidensiell. Ulempen ved å gjøre dette var at jeg fikk kritikkverdige opplysninger om en bransjeorganisasjon og hadde avtale med denne på et senere tidspunkt. Dette skapte en mistenksomhet som var vanskelig å ta av seg under besøk hos organisasjonen. Siden kritikkverdige forhold ble fremlagt har jeg valgt å skjule identiteten til de som opplyste og også organisasjonen. Organisasjonene bør beskyttes siden troverdigheten til opplysningen var vanskelig for meg å kontrollere om virkelig var sann. Ønsket her er å beskytte informantene fra deres egne uttalelser. Særlig er dette aktuelt i et området som tilsynelatende er kollektivistisk og derfor kan være ekskluderende for noen og også fordi flere sabotasjeaksjoner har vært foretatt grunnet anstrengte forhold mellom aktører innenfor vinsektoren⁵. Flere av informantene var svært mottagelige og har vist en bevissthet og tilpasningsdyktighet som var vanskelig å ikke la seg bli imponert av. De er derfor ikke nevnt ved sted og navn fordi det ville virket som om jeg drev reklame for dem i min omtale av dem.

Siden ingen av informantene takket ja til muligheten til å se gjennom representasjonen av deres utsagn for å se om de kjenner seg igjen, valgte jeg å fritt bruke opplysningene jeg hadde fått. De eneste navn som vil bli brukt er navn på store aktører i bransjen som presse, internet eller annen litteratur har brukt før meg.

⁵ <http://www.decanter.com/news/127744.html>

3.4 Bruk av statistikk, metodisk triangulering

Statistisk materiale kan brukes til å innhente informasjon og også brukes for å foreta datatrianguleringer (Yeung 1997). Målet er å tallfeste begivenheter som det er skrevet om, å sjekke om opplysninger gitt fra informanter reflekterer realiteten og å finne ny empiri om situasjonen i L-R sin vinbransje. Statistisk materiale blir derfor et utgangspunkt for retroduksjon. I tillegg gir statistiske data bedret validitet angående forhold som hvor mange hektar som blir revet, eller hvordan eksport markedet faktisk har utviklet seg. Hva angår tallmessig informasjon er alle kilder opplyst. Eksempler på statistiske kilder er INSEE (Institut National de Statistiques et d' Études Économiques), som er "Frankrikes S.S.B" og bransjeorganisasjonene CIVL og Vins de Pays d' Oc. I denne oppgaven godtas alle opplysninger fra offentlige institusjoner som korrekte. Kritiske vurderingen av statistisk metodologi er ikke blitt brukt i oppgaven.

3.5 Troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet, kriteriene for vurdering av kvalitativ data

Begrepet *troverdighet*, handler om vurdering av dataenes kvalitet. Er de gode nok til å kunne brukes for å løse problemstillingen i oppgaven? Viktige punkt for å kommunisere dataenes kvalitet er å gjøre rede for hvilken fremgangsmåte som er fulgt for å oppnå dem, og gi et klart skille mellom det som er direkte informasjon fra informanter, og hva som er tolkninger av informasjon fra forskerens side. Av den grunn vil all direkte informasjon være sitert, mens tolkninger ikke vil være det. Drøfting av verdien av den gitte informasjons svakheter og styrker er viktig.

Bekreftbarhet omhandler forskerens tolkning av dataene. Det gjelder å forholde seg kritisk til egne tolkninger av dataene. I dette tilfellet vil jeg forsøke å være var i forhold til egen lokalpatriotisme, førforståelse av situasjonen i L-R og mitt personlige ønske om at denne bransjen skulle gått bedre enn det den gjør i dag. Refleksjoner rundt valg av egen posisjonering blir her veldig viktig. Her var jeg både delvis lokal og utenforstående på en gang, men jeg kjente ikke dette miljøet godt. Derfor vil jeg i avslutningen av kapittelet redegjøre for hvilken posisjon jeg har tatt som forsker og forklare hvorfor jeg valgte en kritisk vinkling på oppgaven.

Overførbarhet dreier seg om "tolkningen skal ha relevans utover det enkelte prosjekt" (s. 170 Thaagard 2003). Med dette forstår jeg at tolkningen av data i denne oppgaven kan være relevant i forhold til annen forskning med liknende teoretisk utgangspunkt. Siden oppgavens tema er vinbransjen som hører til landbrukssektoren, så kan det hende mine funn kan være nyttige i studier av andre landbruksregioner, som også befinner seg i nedgangstider. Årskakene til krisen og forslagene til løsning skal kunne danne et sammenligningsgrunnlag i lignende studier.

3.6 Objektivitet og posisjonering

Som forsker skal man forsøke å være objektiv og ha en distansert forhold til det som skjer. I denne oppgaven blir det skrevet ifra et område som jeg har sterk tilknytning til. Gjennom hele livet har jeg tilbrakt sommerferier der, og jeg har levd der i tre år i voksen alder. Når mediene setter vinbønder ifra området i et dårlig lys, har jeg andre tanker. Jeg har alltid betegnet folk fra landsbygda i området som åpne, snakkesalige og sjenerøse mennesker. Krisen i vinsektoren og arbeidsledigheten i regionen er problemer som gjør meg oppriktig trist og som jeg føler er ufortjent i forhold til det engasjement mange regionale aktører har. Det ville derfor vært fristende å belyse regionen i et positivt lys og være på samme side som de som er rammet av krisen. *"What then is the reaserchers's role in helping the sosial actor? It seems that the realist mission of human emancipation is one such rule. By explanatory critique and reaserch into underlyings sosial structures, critical realists may contribute towards the eventual freedom of sosial actors from the emprisonment of false consciousness"* (Yeung s, 63. 1997). I stedet valgte jeg heller å tenke at det vil være til informantenes beste å vurdere det som foregår i et kritisk lys. På denne måten kan forskningen bidra til at feil og mangler blir avdekket og forstått. Dermed kan feilene og manglene bli bli bedre bearbeidet av studieområdets aktører og forskning blir et nyttig verktøy i regional næringsutvikling.

4 Om vin og verdens vinbransje

I dette kapitlet vil jeg innledningsvis gå igjennom naturgitte betingelser for vindyrking, hvordan årstidene påvirker vindyrkingsprosessen og hvordan vinifikasjoner foregår. Det vil bli lagt vekt på betydningen av klima, kunnskap og moderne utstyr. Videre vil jeg presentere vinbransjen i verdenssammenheng og gå innpå forskjellen mellom tradisjonelle vinland og "nye vinland". Meningen er å gi en pekepinn på hva slags vin som tilbys i verden. Til slutt vil jeg ta for meg fransk vinbransje og vinkonsum, og fortelle om kriterier som ligger til grunn for kvalitetsinndelingen for vin i Frankrike. Sistnevnte er for å danne et kritisk grunnlag for posisjoneringen som blir foretatt av aktører i Frankrike og Languedoc-Roussillon.

4.1 Naturgeografiske betingelser for vindyrking

Vinstokker vokser hovedsakelig i og ved klimaer som kan klassifiseres som middelhavsklima. Georges og Verges (1996) gjør forskjell på 5 forskjellige områder der middelhavsklima eksisterer. Disse finnes i rundt hele Middelhavet, Europa, Nord-Afrika og Midtøsten inkludert. I tillegg finnes middelhavsklimaer i Sør-Afrika, Chile, Australia og California. Middelhavsklimaet kan karakteriseres for sin tørre subtropiske sommer, sin regnfylte vår og høst, mens vinteren er relativt kald. Dette gjør at vinplanten får tilstrekkelig med sol om sommeren, samtidig som den kan lete dypt etter grunnvann som har falt i regntiden. Rødvinsdruer, tåler generelt mer varme enn hvitvinsdruer. Derfor har hvitvinsdruer funnet seg til rette i land som er noe kjøligere enn middelhavslandene, som Tyskland og Østerrike. Men felles for druene er kravet om varme og sol om sommeren.

4.2 Årssyklusen og dens betydning for vindyrkerne. Vitikultur i praksis

Om vinteren "sover" vinstokken. Det vil si at den slutter å ta til seg næring samtidig som den slutter å forbruke næring. Når våren kommer blomstrer de første grønne skuddene frem og det er tid for å pløye jorden rundt dem. Dette er for å drepe ugress, som blir til humus og for å tvinge vinstokkens røtter til å gå dypere ned i jorden. Når røttene når dypt vil planten kunne finne vann i dybden og tåle mer tørke. De nye skuddene er følsomme for nattefrost og ofte legges det steiner rundt lavtliggende druestokker. Dette er fordi steinene holder på varmen utover natten og dermed blir planten mindre utsatt for frost. Om sommeren utvikler bladene og drueklasene seg. Det gjelder å holde en balansegang mellom blader og druer slik at energien hentet gjennom røttene ikke brukes opp av bladproduksjonen. Da er det vanlig å

beskjære plantene slik at avkastningen blir kontrollert. Slutten av sommeren vil være avgjørende for vinens kvalitet. For mye sol gir for høy sukkerinnhold og for mye regn gir store vannverdier som minker den aromatiske smaken i druen.

På sensommeren eller i begynnelsen av høsten er det tid for innhøstning. Modningstidspunktet avhenger av vær, sted og druesort. Som regel høster man når sukkerinnholdet i druen slutter å øke og når syreinnholdet slutter å synke. Da har man en god balanse og druene er optimale (Malnic et al 2004). Forhold som høyde og soleksponering i hellingene vil også spille inn på tiden for innhøsting. Høsten er slutten på vekstssesongen og den mest kritiske perioden. Kraftige regnskyll kan gi druene for mye vann og videre gi vinen en bløt smak. Hagl er dog den verste trusselen. Hvis det hagler kan druene som er fulle av druesaft sprekke og avlinger kan gå tapt. Innhøstingen kan foregå for hånd eller maskinelt. Fordelen med det maskinelle er kostnadseffektiviseringen. Ulempen er dog at blader og insekter ofte blir med inn beholderne og dette kan gi et surt preg på vinen. I tillegg slår maskinen på druestokkene og dette reduseres deres levetid. Druestokker som har passer førti år er ofte de som gir best smak på vinen (Malnic et al 2004). De store vinhusene som satser på dyre kvalitetsprodukter, pleier å velge håndplukking. Håndplukking krever noen detaljer i forhold til å kutte drueklasen på riktig sted, og etter plukkingen er det en etterkontroll av druene før de går inn i presstankene der vinifikasjonen starter. Vinhusene eller produksjonsenhetene som har store vinmarker bruker ofte maskiner til innhøstingen og det samme gjør mange småbønder. Slitasjen som maskinene påfører vinstokkene gjør at planten får forkortet levetid. Derfor velger mange å rive opp vinstokkene, tørke dem og bruke dem til ved. Både til eget bruk og til salg, noe som representerer kostnadseffektivisering for fattige vinbønder. Etter at alle druene er levert må vinrankene igjen inspiseres. Skader fra innhøstingsarbeidet må repareres og uønskede insekter som overvintrer i planten er et problem som må forhindres.

4.3 Vinifikasjonens mange ansikt

Det finnes mangfoldige vinifikasjonspraksiser. Den er avgjørende for hvilken vin man ønsker, men druer og klima avgjør også hvilket sluttprodukt man kan få. Vinifikasjonen er summen av alle operasjoner som foretas fra druene er levert til det ferdige produktet er klart for salg. Det som dog er viktig å notere seg er at empirisismen som rådde før (Michel Rolland i Malnic et al 2004) ikke gjelder slik den gjorde. Vinifikasjonen blir gjort av profesjonelle og kvalifiserte personer og kunnskapen deres er tilgjengelig gjennom forskjellige typer

vinakademi. I tillegg til dette er moderne vinifikasjonsprosesser blitt dyre. For å kunne sikre gode sanitære forhold, jevn kvalitet år etter år, så kreves både kunnskaper og materialer. Moderne rustfrie inoxtanker, pressetanker med perfekt temperaturkontroll, nye og eldre eiketønner er dyre investeringer. *"Det holder ikke lenger med sementtanker, råd fra bestefar og litt flaks med været. Dagens kunder vil ha god vin og kommer tilbake til deg hvis du gir det hvert år"* (Intervju med en teknisk sjef. Mars 2008). Det er denne moderniseringen som kan sikre jevn kvalitet som har gjort det vanskelig for mange. De som ikke har dette utstyret, faller lett utenfor og klarer ikke å henge med på konkurransen om de kresne kundene. Et eksempel på kostbar vinifikasjonsteknikk er mikrooksyginering. Dette er en vinifikasjonsteknikk, der mikroskopiske bobler blir sluppet inn i tanken underifra. Et sofistikert utstyr trengs for å kunne gjennomføre prosessen. (Malnic et al 2004) Dette velges for å minske lagringstiden til vinen, slik at selskaper slipper å ha viner flere år på lager før den selges. Det er en kostbar investering, men har et selskap utstyret, kan det lage en vin som er lettdrikkelig i tidlig alder. Selskapet slipper da å bruke plass, tid og penger på å lagre vinene helt til de modnes.

4.4 Trender i verdens vinbransje, store markeder og tilspisset konkurranse

Det er to store mønster som i dag påvirker dagens vinbransje. Det første er at vinkonsumet i de tradisjonelle vinproduserende nasjonene har sunket, mens det hos nye produsenter og hos tredje land har hatt en betydelig økning (Malnic et al. 2004.) Disse tendensene har forandret verdens vinmarked. Generelt drikkes det i verden vin som er av stadig bedre kvalitet, etter flertallets subjektive smak. Den såkalte bordvinen laget i tradisjonelle vinland har ikke lenger den samme daglige plassen ved lunsj- og middagsbordet. Denne nedgangen i bordvinkonsumet har ført til at det nå satses på kvalitetsvin fremfor kvantitet. Men siden verdenskonsumet har økt blir det satset på større kvantum av kvalitetsvin. En annen ting er at det drikkes og markedsføres forskjellige typer viner; "Varietals" og "Blends". "Varietals", heretter kalt *endrueviner* karakteriseres ved at det kun brukes en druesort til produksjonen av en vin. De produseres særlig i den nye verden og er mest populære i nye vinmarkeder, der vindriking ikke er tradisjon.

"In such newer markets, traditional European cues such as vintage and appellation play a lesser role, and brand and wine type or variety are more important. For example, while a French or European consumer might identify a wine appellation—an Australian consumer might select to buy a branded Cabernet Sauvignon or a Pinot Noir—a brand plus a varietal description—when choosing a bottle of wine. In such markets, therefore, retail distribution is a vehicle critical to purchaser information and education." (Lockshin et al 2001).

Det er ikke årgang eller sted som her er viktig, men merke og drue. I Languedoc-Roussillon faller denne type viner under Vin de Pays d' Oc kategorien og 75 % av det som produseres går til eksport utenlands⁶. Endrueviner har tradisjonelt ikke blitt lagt ut for salg i Frankrike. Det vanligste er å dele de ut gratis på såkalte "primeur-" (ungdommelig) festivaler. Der blir den enkelte årgangens druer lagt ut slik at folket skal kunne få et uttrykk over hva de regionale vinene kan komme til å ligne på når disse blandes sammen. Blends er blandingsviner der flere druesorter er med i det endelige produkt. Alle AOC-vinene i L-R er å regnes som blends. For Languedoc-Roussillon sin del har denne moten både vært et problem og en fordel. Endrue vinene selger bra på eksport markedet. En vingård kan satse på hjemmemarkedet og har eksempelvis plantet tre druesorter for å lage sin AOC-blanding. Om årgangen har vært dårlig for en av druetyperne kan det bli vanskelig å lage en god AOC-vin. Videre i oppgaven vil vi se at mange internasjonale storaktører så endruevinstrenden og investerte i den nye verden samtidig som deler av Languedoc-Roussillons vinbransje var på vei vekk fra masseproduksjon av billigvin. Samtidig har dette blitt en suksessfaktor i L-R, og denne type viner har gjort det godt, hva angår eksport.

Internasjonalisering ser ut til å ha skapt to forhold det ene er å skape konkurranse og krav om bedre produkter, det andre er at man mister kontrollen over hva som er laget (nøyaktig) hvor. Homogene og mer standardiserte produkter settes opp mot lokal spesifisitet og kultur. Australia satset mye på "Brand Australia", og det ble laget vin på druetyper som kunne stamme fra hele landet (Aylward 2006) Det er også blitt dannet, med "kjendisønologer" og kritikere i spissen, en "subjektiv" tanke over hvordan vin skal smake. Microoksyginering, og andre teknikker drar visst vinen i en og samme retning: fruktige aromaer mot Pomerol-stilen⁷. Ønologer som Michel Rolland, kritikere som Robert Parker og blader som Wine Spectator er viktige bidragsytere i formidlingen av hva som skal regnes som gode og mindre gode viner. Poeng i magasiner har i dag store innvirkninger av salg. Utrekninger, standardiseringer og likere produksjonteknikker har gjort at mange mener vin i dag blir "McDonaldifisert" (Torrés 2005). Lett kjenkjennelighet i forhold til druetype har gjort at mange satser på å lage store ansamlinger av vin, mens lokal spesifisitet og "terroir" føler seg truet. Men samtidig som druetype har blitt viktig, så er det også i tråd med bedre kjennskap om vin, mange som søker lokal spesifisitet, der eksempelvis jordsmonn og mikroklima kan kjennes igjen i vinen.

⁶ <http://www.vindepaysdoc.com/vpo.pdf>

⁷ Pomerol er en Merlot-basert vin fra Bordeaux området og Michel Rollands hjemby.

4.5 De tradisjonelle vinproduserende land

Vinproduksjons egner seg best i områder ved eller nært middelhavsklimaer og landene som regnes som de tradisjonelle vinprodusentene er lokalisert hovedsakelig i nordvestre del av middelhavsområdet. Frankrike, Spania, Italia og Portugal regnes som de viktigste, men man glemmer ofte at Slovenia, Kroatia og Hellas gjennom tiden har vært viktige bidragsytere. (Malnic et al 2004). Særlig i de førstnevnte landene har vintradisjoner en viktig plass i den nasjonale identitet. Men det er også sterke tradisjoner i andre deler av Europa. Tyskland, Østerriket og Sveits er blant disse. I Europa finnes også de gjenoppdagede vinland i Øst-Europa. Ungarn, Kroatia, Slovenia, Romania og Bulgaria er land som får mer og mer oppmerksomhet og som i fremtiden kan bli nye konkurrenter på de internasjonale markeder (Intervju med vinfaglig rådgiver, mars 2008). Europeiske land har også de strengeste krav til inndeling og lokale spesifisiteter, der vinregioner og underregioner fungerer som et lappeteppe, som er vanskelig å få oversikt over.

4.6 Den nye verden

"Vinstokken, middlehavets sivilisasjonsplante, har i dag funnet seg til rette og oppnådd nobel status, langt utenfor grensene for sin opprinnelige vugge". (s 13. Oguez og Petric, egen oversettelse). Da den "nye" verden ble oppdaget, tok mange oppdagere og særlig bosettere og plantet vinstokker i de nye landene. I de første fasene produserte de hovedsakelig vin til eget konsum. De store fest- og selskapsvinene kom fra Europa, men sakte og sikkert ble det laget bedre og bedre viner i den nye verden. Land som Australia, USA, Sør-Afrika, Chile og Argentina er i dag sterke konkurrenter for de tradisjonelle produsentene, både hva angår kvalitet og pris. Disse landene fikk større og større oppmerksomhet utover 70 tallet (Malnic et al 2004). Store internasjonale selskaper innen bransjen fikk øynene opp for dem. De kjøpte opp land og sendte sine ønologer dit for å utvikle vinkunnskapene lokalt.

4.7 Vinbransjen i Frankrike

Frankrike ble tidlig verdens ledende nasjon på vin av høy kvalitet. Regioner som Bordeaux, Bourgogne (Burgund), og Champagne har verdensrenommé og er produsenter av de aller beste viner. Champagne regionen er utvidet til 40 nye kommuner den siste tiden⁸. Da jeg var på feltarbeid viste en nyhetssending på tv kanalen France3 at kornåkere ble revet for at vinstokker skulle bli dyrket. I verden i dag er det en overproduksjon av vin på 20 millioner

⁸ <http://www.vinforum.no/?article=2612&type=news>

hektoliter (Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Frankrike med sine 450 AOC viner, 150 Vin de Pays og 36.000 små kommuner viser en rikdom, som riktignok er fragmentert og uoversiktlig. Frankrike er også skaperne av opprinnelsesgaranti systemet og "*terroir*"-logikken. Termen *terroir* blir ofte benyttet som summen av jordsmonn, helning og klima (gjerne mikroklima). Den er et fransk uttrykk som forkorter ordet *territoire*, som betyr territorium. Georges og Verges (1996) tilfører termen menneskers kunnskap og arbeidsvaner. Hvis de var foruten disse, ville området vært uten betydning. Mens Van Leewen og Séguin (2006), mener det krever de riktige sosiøkonomiske forhold, som finansiering og ønologisk kunnskap, for å utvikle en god *terroir*. AOC-reglene kom etter lov ifra 1935. De skulle garantere lokal typisitet og opprinnelse til landets mange typer vin. I dag er det paradoksalt at mange nye AOC-områder dukker opp i vinregioner som relativt nylig har begynt å produsere kvalitetsvin. Et eksempel på dette er Languedoc-Roussillon, som fikk de fleste AOC etter 70 tallet.

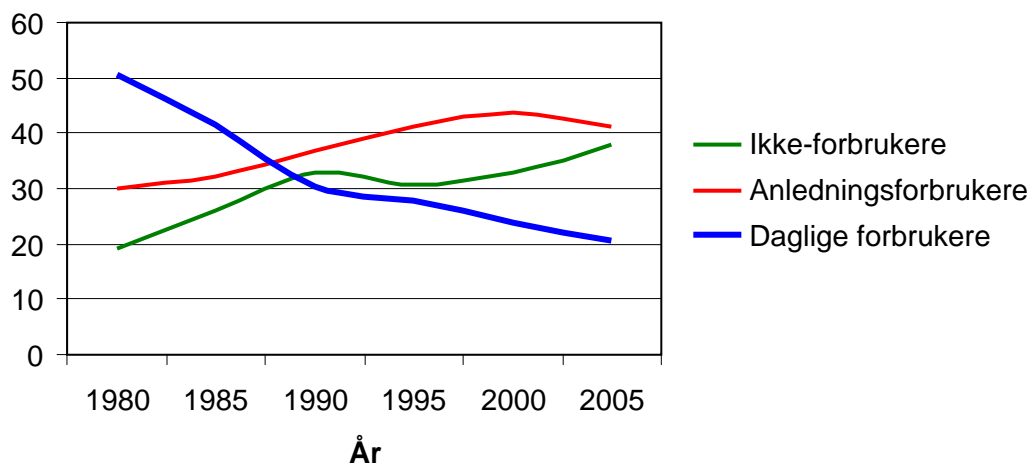
4.8 Trender for fransk vinkonsum, mindre men "*bedre*" vin

Bordvinsregionen L-R har blitt påvirket av de franske konsumendringene. Jeg vil derfor gjøre rede for hva disse endringene innebærer slik at forståelsen av krisen i regionen skal kunne komme frem.

Den generelle tendensen er at det har blitt færre av de daglige vinkonsumentene. Mens annen hver franskmann på 80 tallet drakk vin daglig er det nå i 2000 tallet (kun) 20 prosent som fortsatt gjør det. Og mens kun 19 % ikke drakk vin på 80 tallet er det nå nesten 40 % som aldri drikker vin. Anledningsforbrukerne gikk opp frem til slutten av 90 tallet, men det er blitt færre av disse etter dette. Neste tabellen illustrerer dette.

Tabell 4.1 Utviklingen av mønsteret for vinkonsum i Frankrike (1980-2005)

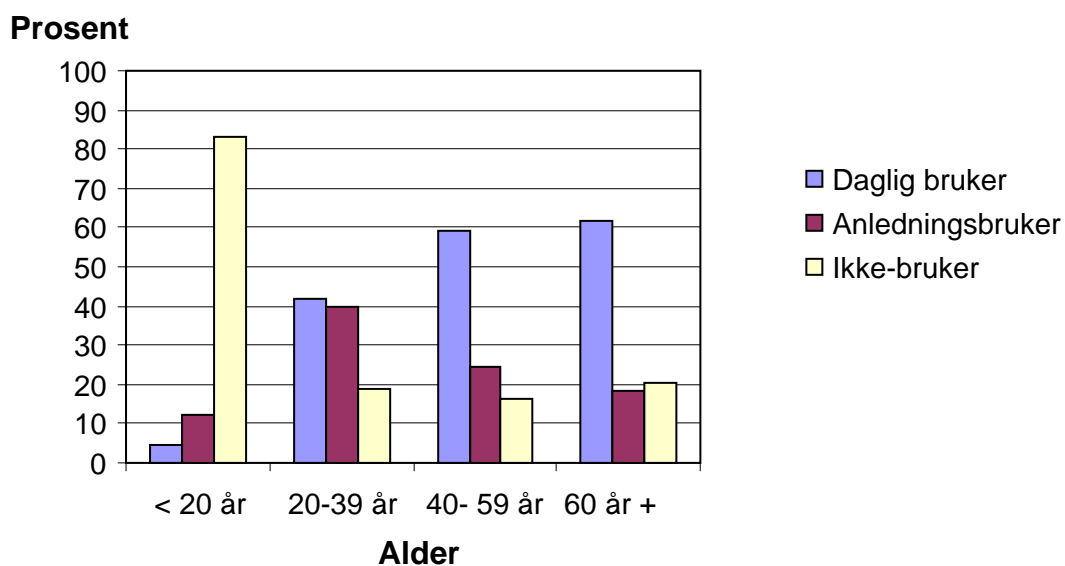
Prosent



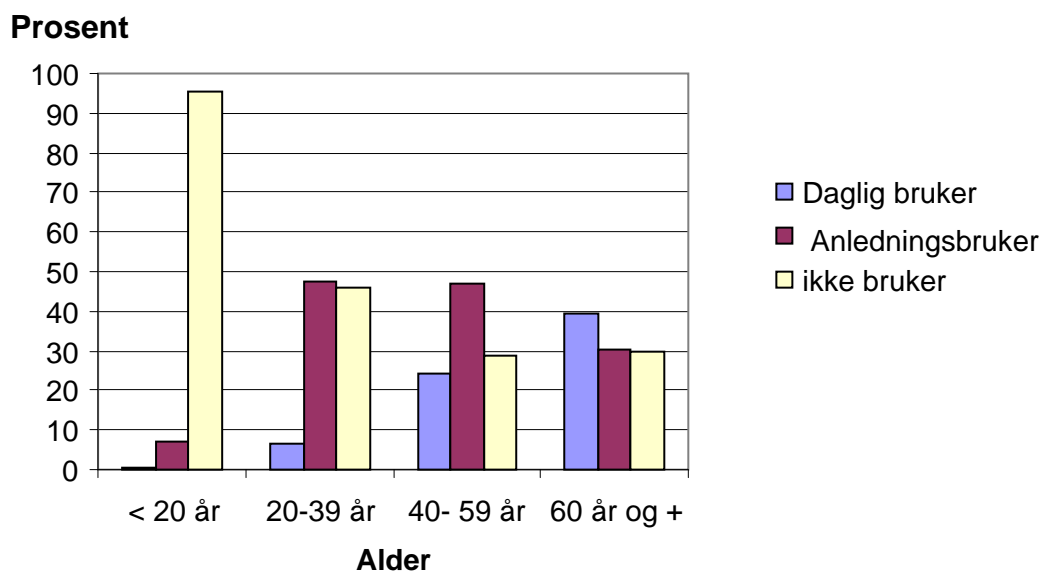
Basert på: INRA-ONIVINS 1980-2000 og Crego Viniflor 2000- 2005

Den aldersmessige fordelingen blant vinkonsumenter har også endret seg på de siste 25 år. Den største gruppen av daglige forbrukere er i dag de over 60. I gruppen på mellom 20 og 39 år drikker kun ca 7 % vin daglig, mens 47 % drikker vin ved anledninger. I 1980 drakk over 40 % av den samme aldersgruppen vin daglig. Andelen av ikke drikkere har økt i alle aldersgrupper.

Tabell 4.2 Typer vinforbruk fordelt på alder. Frankrike 1980.



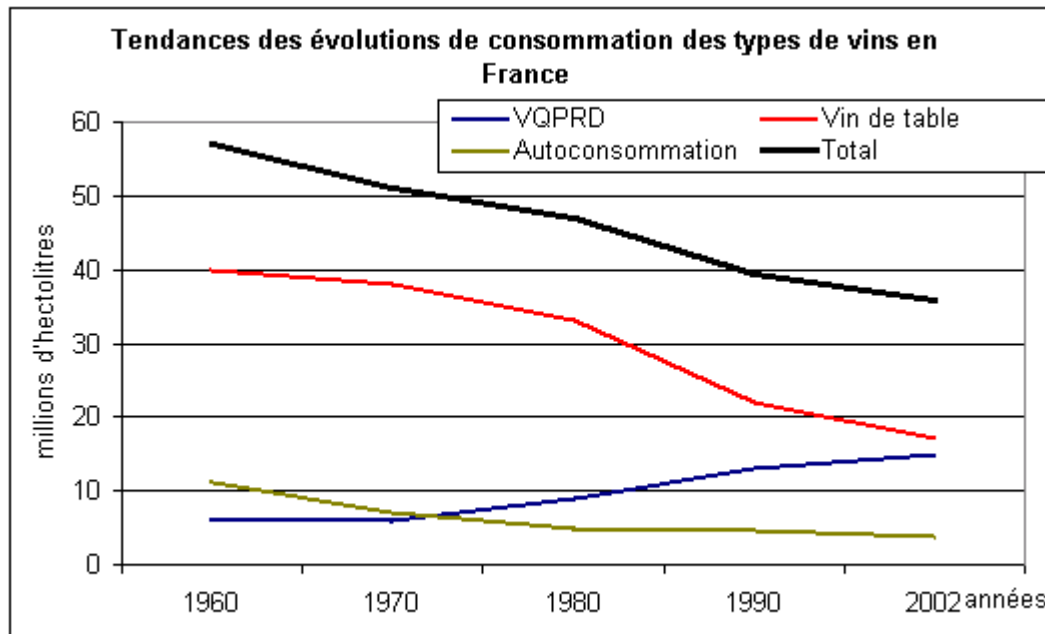
Tabell 4.3 Typer vinforbruk fordelt på alder. Frankrike 2005.



Basert på: INRA-ONIVINS 1980-2000 og Crego Viniflor 2000- 2005

Av disse to tabeller kan vi anta at det daglige vinkonsumet kan synke, siden det særlig er eldre som fortsatt drikker daglig. Mens de på 40- 59 år drikker uregelmessig, men det er vanskelig å vite hva de kommer til å foreta seg når de blir pensjonister.

Tabell 4.4 Utviklingen av det franske vinkonsum etter type vin.



Sources : DGDDI, INSEE.

VQPRD = Vin med opprinnelsesgaranti

Vin de Table = Bordvin og landvin

Autoconsommation = Eget forbruk

Total = Totalt forbruk.

Kilde: Vitisphere. Opphavsbeskyttet. (Godkjenning for bruk i appendiks.)

På 60 tallet ble det, i Frankrike, drukket ca 58 millioner hektoliter vin, hvorav 40 millioner hl var Bordvin og 7 millioner kvalitetsvin. AOC-vin har dog hatt en økning noe som tyder på at det som blir mer populært er å drikke kvalitetsviner.

Det som kan tolkes ifra de ovenstående tabeller er hovedsakelig at det drikkes mindre og sjeldnere vin, kvalitetsvin er blitt mer populært og det er en økende antall av befolkningen som ikke drikker vin i det hele tatt. Mens de yngre generasjoner tydelig drikker sjeldnere enn

før. Det er sansynligvis en konsekvens av at man ikke blir oppdratt til å drikke vin til hvert eneste måltid.

4.9 Kvalitetslover eller kvalitet etter pris?

En vanlig måte å klassifisere vinkvalitet er gjennom å skille mellom høy- og lavkvalitets viner. AOC og andre opprinnelsesgarantier regnes som den høyeste av alle vinklassifiseringer. Derneft følger en nedre klasse bestående av først VdP og VdT, landviner og bordviner. Landvinene er delt inn i en regional og en sub-regional type. Bordvin får betegnelsen Vin de Table de France, og det er lov til å bruke bordvin fra hvor som helst i landet. I tillegg finnes det bordvin fra EU, der kan vin fra alle EU land brukes. I L-R fortalte flere informanter at det er den regionale typen (Vin de Pays d'Oc), den som skal ha høyest kvalitet. Men denne AOC-VdP-VdT klassifiseringen trenger ikke være riktig i forhold til sluttproduktets kvalitet. I Italia har mange produsenter gått bort fra deres opprinnelsesgaranti system, og lager heller vinblandinger med "fremmede" druer. Eksempelvis Merlot, Cabernet-Sauvignon eller Syrah. Et begrep kalt "supertoscanere" ble tatt i bruk da vinhuset Antinori trosset den klassiske opprinnelsesgaraniten og brukte franske druer i sine blandinger (Malnic et al 2004). For Frankrikes del er AOC i stor grad en helligdom. De 450 AOC ene skal alle fungere som et uttrykk for forskjellige "terroir". De jordsmonn, mikroklima og menneskelig kunnskap skal reflekteres gjennom det ferdige produkt. Mange anerkjente vinmessaer som deler ut medaljer og priser, som "Prix de Macon" og "Salon Général de l' Agriculture" bedømmer kun AOC viner. I Languedoc-Roussillon har noen produsenter også trosset reglementet og oppnådd resultater med stor suksess (Torrès 2005). I Landsbyen Aniane i Hérault, Languedoc skapte en tidligere hanskemaker vinen "Le Mas de Daumas Gassac". Aimé Guibert ønsket å bruke Cabernet-Sauvignon i sin blanding. Siden området han befinner seg i ikke har denne druen med i AOC-reglene sine, ble hans vin "nedgradert" til Vin de Pays de l' Hérault. I sin første tid fikk vinen ingen suksess eller oppmerksomhet i Frankrike. Guibert ble nødt til å kontakte sitt internasjonale nettverk innenfor hanskebransjen, som var hans tidligere virke. Det franske markedet ble kjent med vinen da en kjøper fra den franske vinbutikkjeden "Nicolas" fikk smake vinen i U.S.A, 20 år etter at den ble lansert (Garcia-Parpet 2004). Både en fransk konsumentorganisasjon⁹ og et britisk nettsted¹⁰ stiller spørsmålsteqn ved om AOC-lovene er

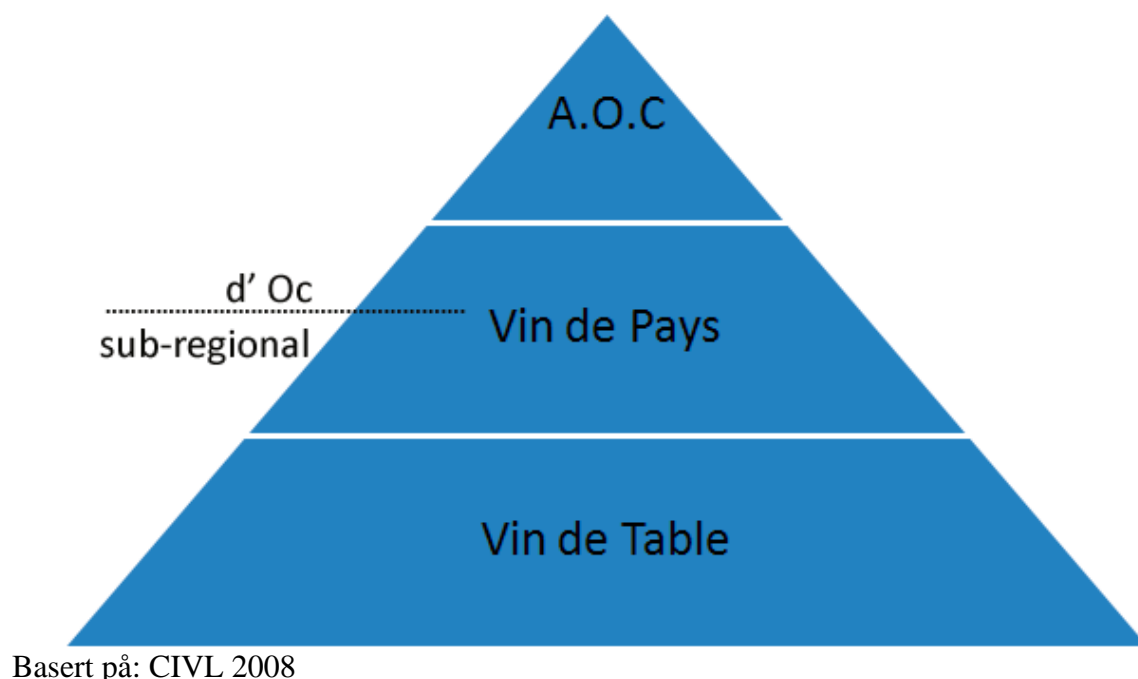
9

http://tempsreel.nouvelobs.com/actualites/societe/20070904.OBS3330/vin_lufcque_choisirfustige_la_qualite_des_aoc.html?idfx=RSS_notr

gode nok i dag for å kunne garantere en kvalitet. "AOC-lovene som ble innvilget til oss på 80 tallet var en gave fra Francois Mitterrands sosialistregime til Midi Rouge (det røde sør). Ikke noe mer. Kravene er ikke strenge nok til å garantere at det blir kvalitetsviner (Intervju, vinekspert, mars 2008)¹¹. Kvalitet er jo subjektivt, og dagens konsumenter kan regnes som mer kresne enn tidligere konsumenter har vært. Av vinmonopolet 9 dyreste viner fra Languedoc var 4 av disse VdP viner (Telefonsamtale, informasjonskonsulent i Vinmonopolet, April 2008). En lovgivning som skulle være garanti for kvalitet ser i dag ut til å være et hinder for nytenkning og modernisering. Diversifisering av produkter kan jo være en nøkkelfaktor for å bryte ut av sti-avhengighet eller lock-in (Martin og Sunley 2006).

Som et alternativ finnes det amerikanskinspirerte prisbaserte Basic, Popular premium, Premium, Super premium og Icon segmenteringssystemet (Torrès 2005). Her segmenterer man ikke etter opprinnelse eller lovpålagte minsteavkastninger, men etter prisen som varer blir solgt for på markedet.

Det franske klassifiseringssystemet (med Languedoc-Roussillons Vin de Pays inndeling). Kvalitet etter regelverk.



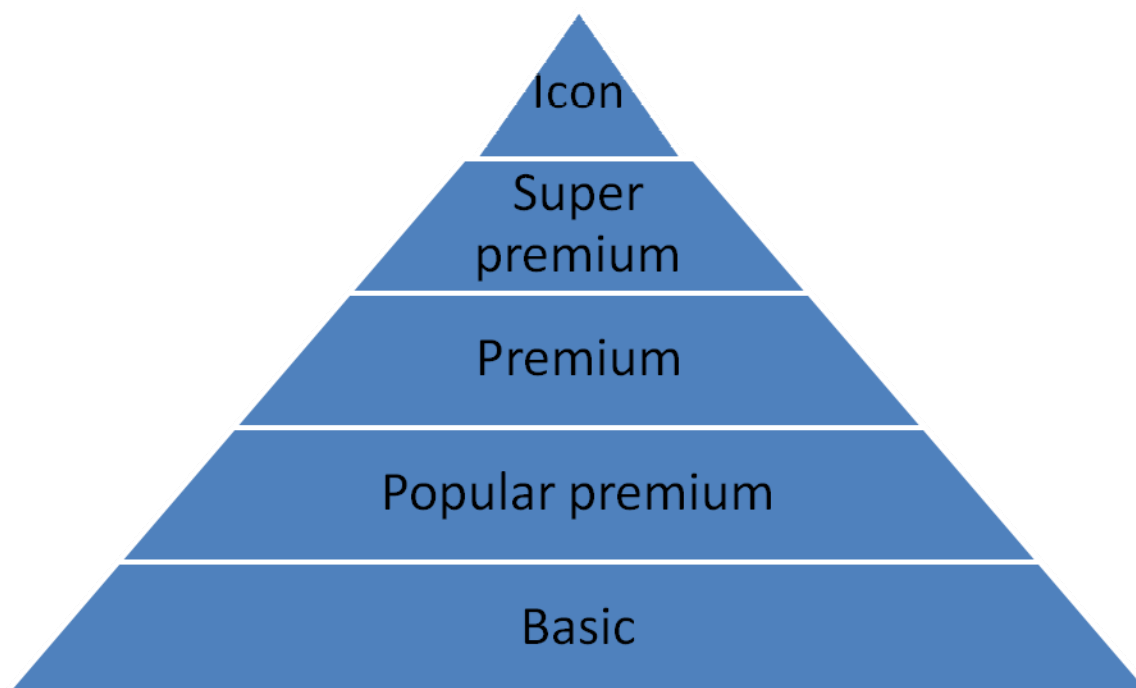
Basert på: CIVL 2008

Figur 4.1

¹⁰ <http://www.decanter.com/news/143326.html>

¹¹ Mange av i AOC' ene i L-R ble innvilget på 80-tallet.

Det amerikanske klassifiseringssystemet. Kvalitet etter markedspris.



Basert på: Torrès 2005, Préfecture de la Région Languedoc-Roussillon 2006.

Figur 4.2

Problemene med dagens system for inndeling av vinkvaliteten er at den ikke tar hensyn til at det er potensial for å lage en VdT, som er bedre enn en A.O.C vin. Mange produsenter vil derfor ikke tørre å gjøre det Guibert gjorde i frykt for å ikke få solgt sitt produkt i Frankrike. Der det finnes en "mikroterroir" som egnes for å lage en vin, som ikke kommer inn under den vanlige opprinnelsesgarantien blir ikke dette gjort, i frykt for å ikke få det anerkjente AOC-stempelet. Klassifiseringen skaper også et problem i forhold til statistiske inndelinger. Eksempelvis INSEE, det franske sentralbyrået for økonomisk statistikk, bruker en fellesbetegnelse for både bordvin og landvin. Dermed havner landviner som er høyt anerkjent og høyt priset i samme kategori som vanlige bordviner av lav kvalitet. Oversikten over hva som faktisk er kvalitetsviner og hva som regnes for å være det blir vanskelig å tyde i offisielle statistikker. Videre er det vanskelig for konsumenter siden dette systemet blir utfordret. Siden det finnes landviner som regnes for å være bedre enn AOC viner, så mister AOC lovgivningen sin slagkraft.

4.10 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett på hvor vin kan lages og hvordan man arbeider med vin. Det har blitt vist til betydningen av å ha moderne utstyr og kompetanse, i forhold til det å kunne lage god vin år etter år. Det har blitt vist til hva som etterspørres på vinmarkedet og ønskene om både enkelhet og typisitet. Det har blitt vist til Frankrikes synkende vinkonsum og kvalitetssegmentering.

Betydningen av disse punktene for aktørene L-R, er at de har muligheter for å nå flere markeder internasjonalt, men at det er konkurranse om å nå inn på disse. For å kunne nå markedene stilles strenge krav til kvalitet på vinene. Av den grunn er behovet for sofistikert utstyr og kunnskap om deres bruk, blitt fremtredende. Dette utstyret er dyrt og krever store investeringer, noe som er vanskelig i en tidligere fattig bordvinsregion. Et annet moment er hva slags produkter L-R skal satse på. Skal de satse på AOC og nå det franske marked, eller skal de i visse tilfeller trosse AOC reglene og heller prøve seg med individuelt valgte drueblandinger? Endrueviner har vært en suksess, mens AOC ene sliter. Kvalitetsheving blir uansett viktig fordi sterk konkurranse gjør at det må skapes gode produkter og gjøre disse kjent for omverden.

5 Languedoc-Roussillon, en presentasjon av regionen

I denne delen av oppgaven vil studieområdet bli presentert. Først vil jeg komme innpå generelle geografiske opplysninger om regionen slik at den økonomiske og sosiale konteksten vil komme frem. Deretter vil jeg komme innpå de forskjellige fylker (Département) som regionen består av. Det vil jeg gjøres ved å gi en presentasjon av disse, der det vil bli forklart hvordan de inngår i profesjonelle vinorganisasjoner. Gjennom presentasjonen av fylkene vil det bli vist til regionens splittede identitet og hvordan det skaper organisasjons- og tilhørighetskonflikter. Hensikten med dette kapittelet er å vise til regionens plass i nasjonen Frankrike, ta opp den regionale identitet og drøfte splittelsen som eksistere innad i regionen.

5.1 Languedoc-Roussillon i dag

Den administrative regionen Languedoc-Roussillon strekker seg fra Rhône elven i øst og til Pyreneene ved spanskegrensen i vest, den strekker seg langs Middelhavet i sør, den avgrenses av fjellkjeden Massif-Central i nord. Det er regionen som geografisk ligger lengst unna hovedstaden Paris. Regionen strekker seg utover 27.376 kvadratkilometer og har 2,5 millioner innbyggere. Arbeidsledigheten på 13 % er den nest høyeste blant regionene i Frankrike (INSEE 2006). Den ble skapt under den nasjonale delokaliseringsplanen i år 1982.

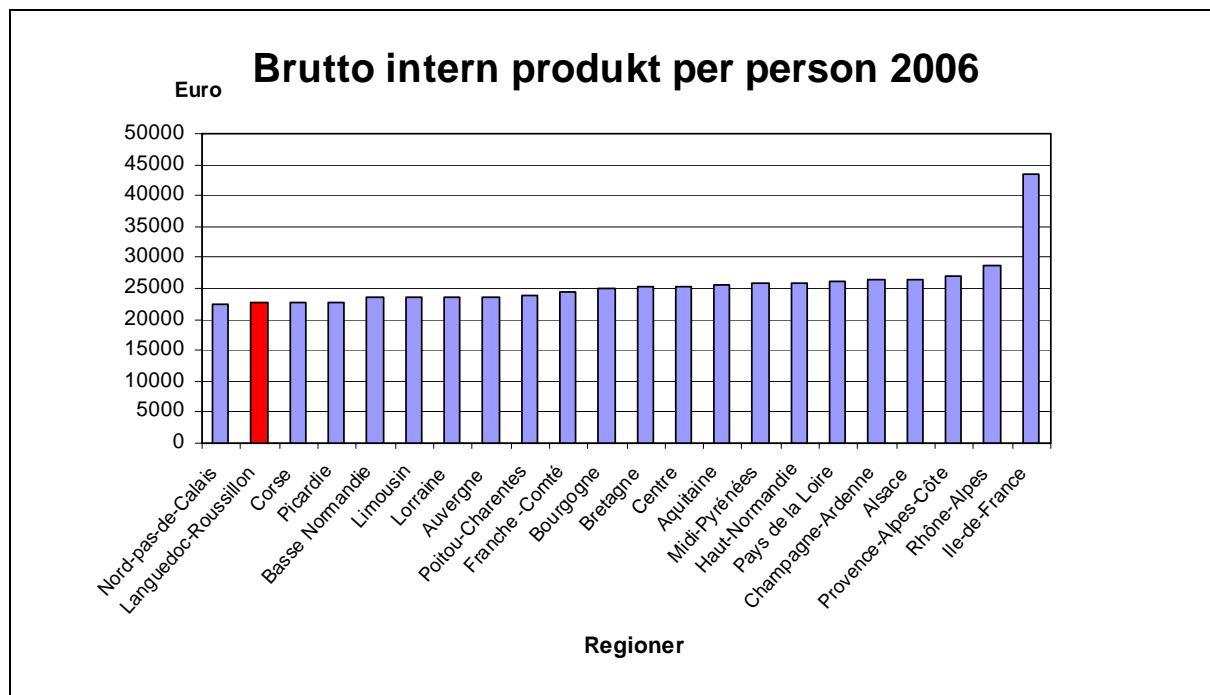
Languedoc-Roussillon i Frankrike.¹²



Kart 5.1.

¹² Lastet ned fra <http://www.languedoc-roussillon.leguידedesfestivals.com/images/cartes/france-languedoc-roussillon.gif>

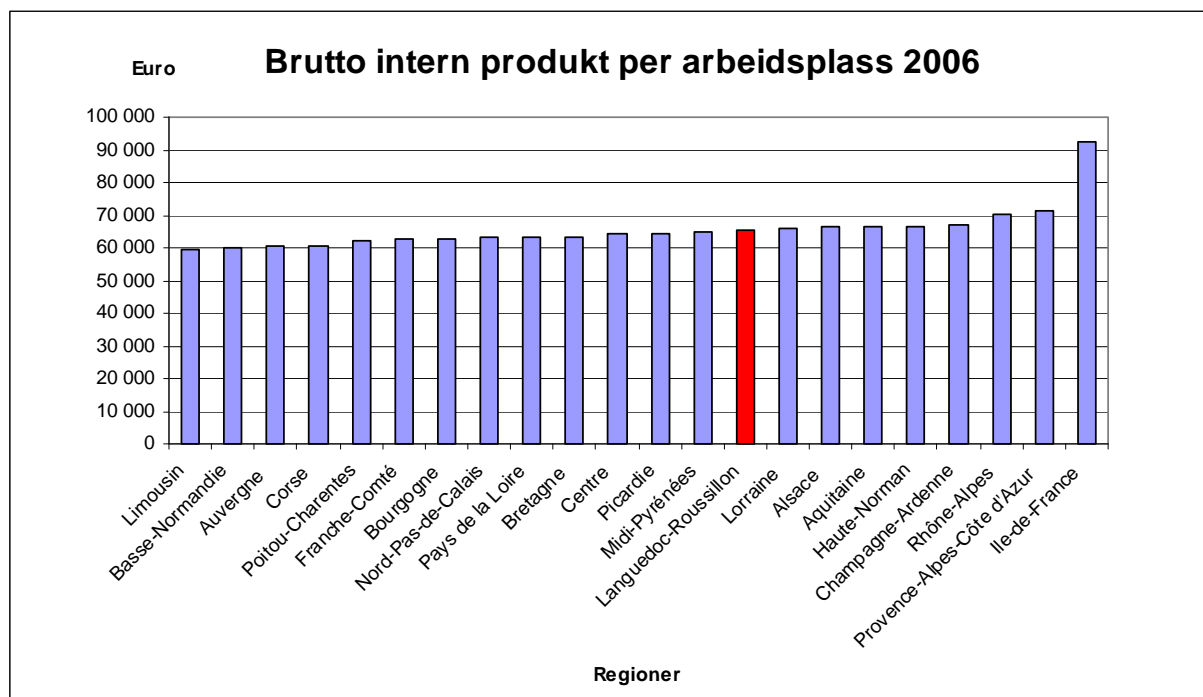
Regionen er den nest fattigste regionen i Frankrike. Den eneste med lavere B.I.P er Nord-pas-de-Calais, som har hatt industriell nedgang.



Kilde : INSEE - Comptes régionaux - en base 2 000

Tabell 5.1

Hvis vi retter på tallene og viser til brutto intern produkt per arbeidsplass kommer regionen på en helt annen plass.



Kilde : INSEE - Comptes régionaux - en base 2 000

Tabell 5.2

Vi kan lese av denne tabellen at L-R ligger på 9. plass, av 22, over brutto intern produkt per arbeidsplass. Dette betegner at det finnes en dynamikk i regionen men også klasseforskjeller, som jeg antar kommer av blant annet høy arbeidsledighet. I samtaler i regionen har jeg ofte blitt fortalt at det er stor "ledighetsinnvandring" til regionen. Ledighetstilværelsen sies å være mer behagelig under Middelhavets solfylte himmel, enn i andre deler av Frankrike.

5.2 Languedoc-Roussillon, en splittet region

Splittelse og uenighet er et kjennetegn i L-R. "*....social relations in the L-R have been traditionally both clientelist and conflictual..*". (s133 Keating 2003). Uenighetene dreier seg om konflikter vedrørende språlførelse, historie, makt og identitet. Regionen Languedoc-Roussillon er delt opp i fem "Départements". Et administrativt nivå som kan sammenlignes med de norske fylker. Lozère i nordøst produserer ikke vin. I fra øst ved Rhône elvens bredde til spanskegrensen i vest finner vi følgende fylker: Gard, Hérault, Aude og Pyrénées-Orientales.

a) Le Gard

I Gard fylke har det lokale vinappelasjons syndikatet "Appellation Costieres de Nimes Controlée." valgt å markedsføre seg sammen med bransjeorganisasjonen "Inter Rhône". Navnet Costieres de Nîmes refererer til områder nær Rhôneelvens banker. Resten av Rhône vinene holder til i regionene Rhône-Alpes og Provence-Alpes-Côte d' Azur, så Gard har valgt å alliere seg med dem i stedet for de andre appellasjonene i Languedoc-Roussillon. Byen Nimes som var en tid provinshovedstad for den sydlige Gallo-romerske provinsen Septimania, som omfattet store områder som i dag ligger i L-R. Beboerne av byen føler seg i skyggen av Montpellier. Dens nærvær til Marseille som er hovedstad i naboregionen Provence-Alpes-Côte d' Azur minsker Montpelliers dominans. Gard har nesten ingen kystlinje og alle de nærmeste badestrender og kystområder befinner seg i Provence fylke. Appelasjonssyndikatet til Gard har dermed valgt seg bort fra CIVL og en felles AOC-Languedoc og har heller valgt å organisere seg sammen med de andre Côtes du Rhône appellasjonene i vestlige Provence og Rhône-Alpes. Vinmessig er Gard knyttet til L-R ved at den kan lage druer til Vin de Pays d' Oc, som er en felles landvinsappellasjon for hele Languedoc-Roussillon.

b) L'Hérault

Montpellier ble hovedstad for regionen under det Aragonske kongedømme og fortsatte å være det da Languedoc ble solgt til Frankerne (Histoire du Languedoc). Siden den tid har den fungert som hovedstad i Languedoc og senere i Languedoc-Roussillon da regionen ble skapt i 1982. Den har også vært senter for occitansk språk. Noen snakker det fortsatt, men det er et døende språk (Lem 1999). Montpelliers dominans har den senere tid vært teknologisk (IBM og Dell), intellektuell med 3 forskjellige universiteter, og politisk hovedstad. De nåværende ønologiske opplæringssentrene ligger i Montpellier. Mye av litteraturen jeg leste underveis i oppgaven brukte empiriske eksempler fra Hérault (Jarrige 1999. Jones og Clark 2000. Jones 2003. Torrès og Blandin 2004. Torrès 2005)

c) L'Aude.

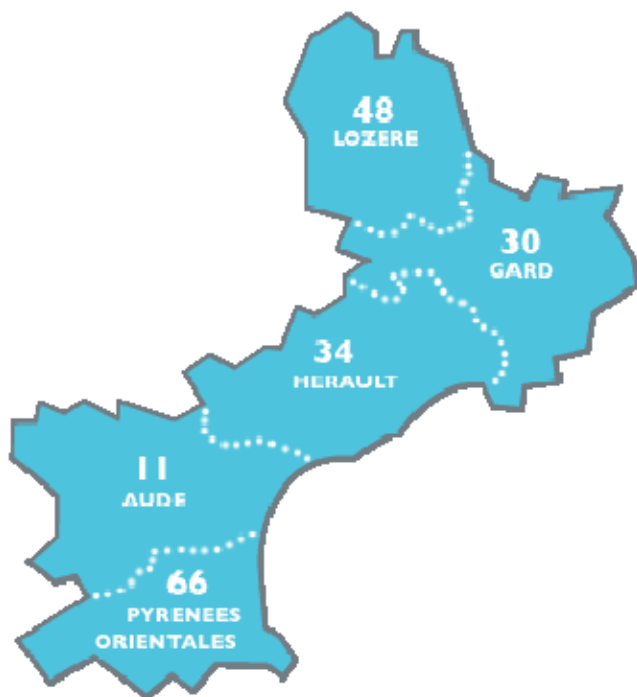
I Aude er fylkeshovedstaten, Carcassonne. De nest største byene er Narbonne og Limoux. Både Limoux og Carcassonne ligger på en akse som går innenlands til Toulouse, hovedstaden i nabofylket Midi-Pyrénées. Mange i regionen har ofte sett Toulouse i naboregionen Midi-

Pyrénées som naturlig overordnet fremfor Montpellier (Keating 2003). Byen Narbonne derimot huser CIVL og kan ved den påberope seg å være viktigste vinby i Languedoc.

d) Les Pyrénées-Orientales.

P-O og Roussillon kan betegnes som det samme. Det er kun noen skråninger i fylket Aude som regnes som del av Roussillon. Der er det er lov å produsere hetvin under betegnelsen Rivesaltes, som på katalansk betyr de høytliggende elvebredder. Hovedstaden i P-O er Perpignan som huser C.I.V.R. sine kontorer. Roussillon het tidligere Rossellò og var katalansk frem til Frankrike annekterte området i 1658. Da Spania ble medlem av EU i 1984, var det mange som ønsket å slå sammen nordlige og sørlige del av Katalonia og skape en helt ny region (Orguez og Patric 2007). Disse planene ble det imidlertid ikke noe av. Denne delen av Regionen går under flere navn: Pyrénées-Orientales, Catalogne Nord og Roussillon.

Languedoc-Roussillons fem fylker¹³.



Kart 5.2

¹³ Lastet ned fra: http://www.ffkama.fr/languedoc.roussillon/la_ligue/languedoc-roussillon.gif

Georges Frêche, nåværende fylkesmann i L-R, forsøkte med lobbyvirksomhet å gi regionen sitt gamle romerske navn, Septimanie. Argumentene for å gjøre dette var at "Languedoc-Roussillon" var frukten av en kunstig identitet, som var valgt av den franske stat. Han skal ha uttrykt følgende om regionens navn *"Dette er et lik jeg ikke ønsker å drasse på"*. (s.51 Gouez og Petric, 2007). Regionens befolkning ikke identifiserer seg mer med fylkene enn regionen (Keating 2003), noe som kan være årsaken til konsensus problemer.

Denne gamle avsideliggende bordvins regionen er i dag en dynamisk regionen. Service yrker, turisme og bygg og anlegg er i full vekst, men vinsektoren er i en krisesituasjon (INSEE 2008). Den trenger kvalitetsheving, modernisering og større eksportnettverk for å ikke lide enda mer av fallet i det nasjonale konsum. På sikt kan det vise seg at vinkrisen kan være en samlende faktor, og at den splittede identitet kan brytes. Blir vinene kjent, kan det også ha fordeler for hele regionens oppmerksomhet. Men hvorfor er vinbransjen havnet i den situasjonen den i dag befinner seg i? For å forklare dette vil jeg gå igjennom denne vinregionens sammensatte historie.

6. Languedoc-Roussillons historiske arv, betingelsene for dagens situasjon?

Grunnen til at L-R sin vinhistorie vil bli vist i så stor detalj er å finne ut hvilke hendelser i fortiden som har brakt frem valg som skaper sti-avhengighet. Hvis vi godtar at historien påvirker folks tankemåte og skaper strukturene i samfunnet så kan det vises til at den er essensiell for forståelsen av:

- den lokale identitet, styrker og svakheter.
- det regionale syn på det utenforstående.
- den ekstra-regionale oppfatning av regionen, rykte og anseelse.
- den lokale produksjonsstrukturen som er et direkte resultat av historien.

Det vil bli argumentert for hvordan disse 4 elementene på godt og vondt er avgjørende for de problemene man støtter på i forsøk på å modernisere regionen. Samtidig vil det bli lagt vekt på betydningen av historisk arv i forståelsen av dagens situasjon for vinbransjen i L-R. I tillegg vil jeg vise til hvorfor det fortsatt bruke voldelige metoder og at disse regnes som et middel for å oppnå rettferdighet og korrekt konkurransegrunnlag.

”Even prior to their recent use of path dependence ideas, geographers had for some time recognized the fact that the economic landscape inherits the legacy of its own past (industrial and) institutional development, and that this history can exert a major influence in conditioning its future development and evolution.”... “Moreover, particularly as characterized in Massey’s work, the economic landscape at any point in time is portrayed as a sort of palimpsest, a composite entity in which remnants of the past coexist with—and indeed shape the location of—elements of the new” (s 408. Martin og Sunley 2006, egen parentes).

Tradisjoner står sterkt i L-R. Det faktum at selve Rom var storkunde av L-R, og faktumet at en av USA mest kjente presidenter drakk vin fra L-R er stjerne i boka. Men det er også mørke sider ved regionens vinhistorie, som går tilbake til 300 år før Kristus

6.1 Oldtiden til sen middelalder: fra storhet, til intet og til gjenoppstand

Ca. 300 år før Kristus koloniserte Grekerne bukter og landområder langs middelhavskysten der de plantet vinstokker. Det viste seg at klimaet i området rundt Languedoc-Roussillon var svært gunstig for å plante vinstokker. Den milde vinteren med relativt hyppige regnskyld, gjorde at plantene greide seg uten vanning, og den sterke nordavinden, "Tramontane", gjorde

at skadedyrs innvirkning på plantene ble minimal. Vinen ble på den tiden eksportert til Hellas, den tyrkiske kyst og Egypt. Senere overtok romerne, og transportruten til den iberiske halvøy, Via Dominitia ble lagt gjennom L-R, som samtidig vokste til å bli Romas største vinkilde. Romerne fant etter hvert ut at vinstokker kunne plantes steder der de ikke hadde vært plantet før, og begynte å plante i Nord-Italia. Det kom en overproduksjonskrise og i år 92 etter Kristus beordret keiser Domitianus (år 51- 96) historiens første plan for riving av vinstokker i L-R. Vin ble etter det kun laget for det lokale konsum, og fra da var det en lang dødtid i regionens historie som vineksportør. Med kristne munkes på 900 tallet økte produksjonen, men handelen med vin var vanskeliggjort av mauriske herjinger i middelhavsområdene. Etter hvert som Reconquistaen i Spania vant frem ble middelhavshandelen tryggere. Engelskmenn og hollendere ble kjent med Bordeaux regionen, og det ble starten på regional vinrivalitet i Frankrike (Torrès 2005). L-R derimot prøvde å selge sin vin til nordlige markeder, som Sveits, Tyskland og Nord-Frankrike, og den skulle fraktes nordover langs Rhôneelven. Et problem underveis ble at mye av vinen, som ofte ble kjøpt av handelsmenn fra Burgund ble brukt som blandingsvin og solgt under Bourgogne-stempelet. Dette skapte allerede skepsis til oppkjøpere i Languedoc-Roussillon, og følelsen av å være utnyttet og fremmedgjort begynte å forankre seg. (Gavianaud-Lontaine og Larguier 2007). Et annet viktig forhold som denne epoken viser, er regionens isolasjon og nedgang etter nedringene. Vinproduksjon er selve sivilisasjonsgrunnlaget for regionen. Det kan vises ved at, under feltarbeidet til oppgaven, så fortalte hver eneste produsent jeg var hos historier om hvor lenge det hadde vært dyrket vin på deres parseller.

6.2 Fra 1600 tallet til 1900 tallet. Fra en isolert juvel til en integrert masseprodusent

Et sentralt problem for regionen var datidens isolasjon fra viktige markeder. På 1670 tallet ble havnen i Sète grunnlagt og en kanal som går derfra og nordover i Languedoc gjorde at regionen fikk bedret sin infrastruktur. Vin fra innlandet nådde kysten og muligheten for å eksportere vin til Italia, Nederland og etter hvert England og nordligere deler av Europa åpnet seg. Det var oppblomstringstid i regionens vinproduksjon. Men andre regioner som Loiredalen, med tilgang til Atlanteren, kaster seg også på den internasjonale vinhandelen. I Sète var det ingen båteiere som tok opp kampen direkte. Vinselgerne ønsker da, som de ofte fortsatt gjør i dag, at oppkjøperne skal komme til dem. Heldigvis kom disse, særlig fra Danmark og Baltikum, og de hadde med seg nordeuropeisk korn, som viste seg å være mer holdbart enn korn produsert i Sør-Europa. Med noen korte konjunkturedganger ble perioden

frem til 1731 en oppgangsperiode for vinbransjen i regionen. Den franske krone ønsket i fra dette året full kontroll over nasjonaløkonomien og bestemte derfor på dette året å forby nyplantinger frem til den hadde full oversikt over produksjonen. Takket være befolkningsvekst og økt etterspørsel i Europa ble det etter hvert satt i gang nye plantinger. Regionen var på denne tiden produsent av kvalitetsviner, og USA ambassadør til Frankrike Thomas Jefferson som oppdaget regionen i 1787 ble fasinert av vin fra landsbyen St.Georges d'Orques i Hérault fylket. Da han senere ble president, var det Languedociansk vin som ble servert i det Hvite Hus. Han skal også ha brukt denne vinen i kampanjer mot alkoholisme for å få folk til å drikke mindre, men bedre varer¹⁴. I løpet av denne perioden kan man finne karakteristiske trekk; regionale aktører flest reiste ikke verden rundt for å tilby det de hadde. Staten blir sett på som en overordnet som blander seg inn i regionens affærer. At regionen ble leverandør til det hvite hus, gir den troen og drømmen om at regionen kan være blant de verdensrenommerte vinområdene i verden.

Med unntak av napoleontiden da britisk blokade av Franskekysten skapte uro i markedene, var det lyse tider for vinbransjen i Languedoc-Roussillon. Det skulle fortsette, men på en helt ny måte som skal vise seg å prege regionen frem til våre dager. På det kommersielle plan gikk regionen fra middelhavsk selvforsynt flerkultur, til en nesten fullstendig monokultur av vinstokker. *"The competition of Russian wheat was an important factor in this unwise rush to economic overdependence on the vine in the period from the 1850s to the 1880s, when viticulture flourished in the Midi [sør-Frankrike]"* (s. 260. Paul 1996). Samtidig som man gikk til import av Russisk hvete ble jernbanen i Frankrike bygd ut (Paul 1996, Knox 1998, Lem 1999, Jones og Clark 2000, Torrès 2005, Gavinaud-Fontaine og Languier 2007). PLM-aksen, som knytter Paris, Lyon og Marseille til hverandre med tog, gjorde at Languedoc-Roussillon i raskt tempo kunne få vinen sin til den voksende arbeiderklassen i nordlige Frankrike. Det var gullalderen for billig bordvin fra regionen. Omtrent enhver person med en liten parsell plantet vinstokker. For å gjøre arbeidet med vin enklere og for å få større avkastning på plantene, ble mange vinparseller flyttet fra veldrenerte åskammer ned til sletten og i nærheten av elveleier. Phylloxera, en vinlus, skapte en midlertidig stopper for rushet. Den kom til Languedoc i 1867 og Roussillon i 1878. Ifølge Jones og Clark (2000) sank produksjonsarealet i Hérault Departementet fra 220.000 hektar i 1869 til 87.000 hektar i 1883. Produksjonen falt dramatisk og konkurser bredde seg, inntektstapene var enorme, etterspørselen etter vin steg, og der det ikke var kommet vinlus var det selgers marked. Mange personer som drev med vindyrking flyktet også til nye deler av verden der vinlusen ikke var

¹⁴ www.terroirs-france.com

kommet, og starten på utvikling av vin utenfor Europa var i gang (Scheel 2003). For å rette opp i krisen etter 1890 tallet ble det plantet druer med enorm avkastning og ofte lite aroma. Aramon, Cinsault og Carignan ble de viktigste druetyperne (Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Flytting av parseller til slettene og kvantiteslogikken gjorde regionen til en billigvinsregion. Det skjedde også noen revolusjoner innen vinteknologi. Noen av disse skulle få særlig innvirkning for måten å drive masseproduksjon av vin på. Fysikerne Chaptal og Adams teknikker kom også til å få mye å si for dette kvantitetsrushet. Det ble dermed, igjen, rask økning på produksjonsvolumet. Chaptalisering, som er tilsetning av røbettsukker i vinen for å øke dens alkoholinnhold og holdbarhet, ble stadig tatt i bruk. I tillegg ble den chaptaliserte vinen vannet ut slik at dens volum skulle øke enda mer. Adams fant ut at koking av druer under trykk gjorde gjæringsprosessen raskere. Dette var desperate handlinger fra gjeldsutsatte aktører, men også for folk som ønsket å utnytte den stigende prisen. (Lem 1999). Dette ble en kortsiktig suksess fordi kvaliteten ble dårlig, og prisene stupte plutselig igjen. Regjeringen skjønnte at dette kom til å føre til store problemer og forbød chaptalisering og også tilsetning av vann i vin i 1905. Loven ble skapt, men ingen fikk ansvar for å overholde den, så dermed ble landets største folkebevegelse satt i gang, vinopprøret fra 1907.

I løpet av denne perioden har vi altså sett hvordan åpning av markeder satte fart på billigvinsproduksjonen, hvordan en vinlus fikk vinproduksjon til å flytte ut av Europa, hvorfor det ble valgt planter med stor avkastning og hvorfor mye av produksjonen ble flyttet til slettene.

6.3 Fra 1900 til 1970, store vinopprør, statlige kontrollorganer og vinkooperativer

Regionens inntekter ifra vin, falt fra 135 millioner franc i gjennomsnitt på 1880 tallet, til 18.6 millioner franc i 1906 (Paul 1996). Situasjonen ble for mange ulevelig og den største folkefosamling siden revolusjonen i 1789 skulle bli ett faktum. Jukse- og importører av algerisk vin fikk skylden for krisen, og staten fikk skylden for å ikke gjøre noe med problemet (Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Demonstrasjonstog samlet 600.000 personer. Kravene var at vinmakere og forhandlere måtte kontrolleres av upartiske statlige aktører. Siden mye av sukkertilsetningen ble gjort utenfor regionen krevde nå "alle" i L-R at staten skulle komme på banen og kontrollere kvaliteten. (Jones og Clark 2000, Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Politikere som representerte, både kommuner og fylkene, støttet opp ved å nekte å betale nasjonal skatt. Under dette opprøret skøt militæret mot folkemengden i Narbonne og 7 personer ble drept. I byen Agde ønsket de å gjøre det samme, men infanteribrigaden 17.

nektet. Den bestod av lokale soldater som nektet å skyte. De ble sendt til straffe arbeid i Tunisia, de minnes i dag som helter i regionen.

Dette opprøret vekket sentralmyndighetene i Paris. Etter hvert ble det satt i verk strengere tiltak mot juks og statlige organer fikk myndighet til å utføre kontroller, både hos produsenter og forhandlere. Loven fra 1905 om vann i vin skulle i 1935 bli utvidet til AOC-lovene om opprinnelsesgaranti på vin. Det ble også skapt mange vinkooperativer. De fikk støtte for sin opprettelse og var det perfekte kollektive sameiet i kommunistpregede "Midi Rouge"¹⁵ (Keating 2003, Torrès 2005, Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Deres antall kulminerte i 1939 med 500 kooperativer. *"De var landsbyenes stolthet og var tegn på selvstendighet og status"* (Intervju med en arbeider, mars 2008). Politikerne tok for alvor hånd om vinbransjen og vinparlamentarikere ifra L-R sine fylker ble valgt og gjenvalgt, som "vinparlamentarikere". Perioden frem til slutten av 60 tallet, med unntak av verdenskrigene, var preget av relativ stabilitet. Men nedgangstider startet igjen på 70 tallet. En lov kalt "Loi d'orientation agricole", fikk sin første formulering i 1960 og prøvde å skape mindre avhengighet av vin og stimulerte til mer polykulturelle landbruksformer, men motstanden var stor. Canal du Bas-Rhône-Languedoc ble skapt. Målet med kanalen var å irrigere slettene i fylkene Gard og Hérault, og muliggjorde flerkultur for noen. Ellers var turisme og særlig utviklingen av badebyer næringer som fikk stor nasjonal støtte på 60-tallet og 70-tallet. Samtidig med denne utviklingen begynte flere og flere personer å etablere seg i L-R, grunnet billige tomter og muligheten for å leve under bedre klimatiske forhold enn nordover i Europa. Languedocs politiske eliter gjorde at bordvinen holdt sin viktige posisjon og i 1970 ble bordvinsektoren inkludert i EUs C.A.P. (felles landbrukspolitikk) program (Jones og Clark 2000). Det skapte en større politisk samling og bevaringstanker rundt denne delen av sektoren. *This 'totality of rules, norms and routines', we maintain, directs the economic choices of viticultural elites in their response to external regulatory pressures, and conditions the locally-defined institutionalization processes – namely, the identification, articulation, deliberation, prioritization and formalization of consensus and concrete institutions by viticultural elites.* (s 337 Jones og Clark 2000). Beskyttelsen av vinbransjen, som har formet hele regionens sosiale liv og som tok over den rurale økonomi, brukes som rettferdiggjøring av sosial kamp. All trussel vil sees på som en hån mot deres kulturelle arv, og det vil skape en rask konsensus om bevaring.

Regionen var også på denne tid truet av importvin fra Italia og Algerie, som var mye billigere enn deres egen (Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Regjeringen har forpliktelser

¹⁵ Midi-Rouge betyr det "røde sør" og betegner kommunistiske bevegelser i Sør-Frankrike.

gjennom Roma-Traktaten og det daværende Europeiske Fellesskap (Dagens EU). Frankrike må handle med andre medlemsland, men den setter en skatt på importert vin. Minsteprisene blir ikke rørt, mens tvangdestilleringstiltak blir økt og all vin som ikke selges blir tatt hånd om. I denne perioden har vi sett hvordan opprør blir en sentral del av mentaliteten og at storopprøret i 1907 regnes som det som skulle til for at staten skulle reagere og lage et regelverk som i dag er inspirasjon for opprettholdelsen av kvalitet verden over. Den kooperative struktur blir til og samlinger av vinbønder blir sett på en styrke. Videre skal vi se at opprør fortsetter og blir legitimert som middel for å oppnå rettferdighet.

6.4 1970 tallet; starten på moderniseringen

I 1972 kom "Plan Chirac", av daværende landbruksminister Jacques Chirac i vigør. Det skulle være en plan for skaping av kvalitet i en strukturelt forankret billigvinsregion. Her begynner rivaliteten mellom nyskaperne som ønsker en ny romlig konfigurasjon av den regionale økonomien, og dem som ønsker å bevare det etablerte forankrede system. Nyplanting ble regulert gjennom at en nyplantingsavgift ble satt i verk, og samme pris som det kostet å plante ble gitt til bønder som heller ønsket å rive vekk sine vinstokker. Rivingsplanene ble mottatt med mistro av de lokale eliter. Men de visste jo at "vin de masse"-stempelet som lå over regionen, ikke var bra, og derfor skjedde det mye riving tross offisielt uttrykt skepsis. Men det er jo til syvende og sist den individuelle landeiers valg om han vil rive druestokkene sine. Borgemestere i små byer var ofte direktører for kooperativene, og riving av vinstokker skaper mindre arbeid, mindre skatteintekter og tomme landsbyer (Jones og Clark 2000). En annen viktig satsing ble støtteordninger av 1973 for mer aromatiske druetyper. Syrah fra Rhônedalen, Mourvèdre fra Provence og den mye brukte lokale Grenache skulle skape større variasjon og gi bedre viner. Denne planen virket forsterkende på de allerede eksisterende klasseskillene fordi det var de som tilfeldigvis hadde god jord som fikk den beste vinen (Lem 1999). Dette skapte misnøye blant mange vinbønder i regionen. Et annet problem på denne tiden var billigere importvin fra Algerie og Italia som ble solgt rundt om i landet. Vinbøndene aksjonerte og blokkerte 200.000 hl. med vin i havnen i Sète den 21 mars 1975. Kravene fra vinbøndene var at minstepriser for bordvin skulle revurderes og forbud mot importert vin. Staten er hindret av Romatraktaten til å hindre import, men de øker skatten på algerisk vin. Tvangsdestillering av vin til industriell sprit og edikk blir en løsning som EU kan gi, og destilleringen slår alle rekorder. Det er stor misnøye og vinbøndene jakter på utenlandske vintransportører og heller ut vinen de får tak i. (Gavinaud-Fontaine og Languier 2007). Utover år 1976 er det fortsatt misnøye og veiene blir farlige fordi "vinpirater" er stadig på tokt.

Banker, rettsbygninger og politistasjoner blir angrepet, en politisjef blir kidnappet og holdt som gissel i et vinsyndikat sine kontorer. I gatene og på torgene samler vinbønder seg, og de har med jaktgeværene sine. Politiforsterkninger blir kaldt inn fra hele landet for å forsøke å opprettholde ro og orden.

6.5 Skuddene i Montredon og blindsmakingen i Paris, skjebneåret 1976

Underveis i denne forandningsperioden skjedde det særlig to hendelser som skape hindre på Languedoc-Roussillons vei ut av den vanskelige posisjonen. Den første er skuddene i Montredon, som sies å være med på å svekke L-R sitt ry og anseelse. Folket skulle miste sympatien for vinbøndene, og politikere skulle velge å ikke støtte opp om dem i like stor grad som tidligere (Torrès 2005). Den andre er blindtesten på Hotel Intercontinental, Paris, 24 mai 1976. Den vil vise at det er potensielle land/regioner andre steder enn i Frankrike som virkelig kan ta opp konkurransen om vinkundene

Det er 4. mars 1976, og i byen Narbonne i Aude fylke har et 3000 talls vinbønder med geværer på skuldrene samlet seg på byens torg. I hele regionen var det opprørsk stemning. Da nyheten om at forsterkninger fra myndighetene var på vei, spredte mengdene seg for å kunne blokkere innfartsårene til regionen. Broen i Montredon i Corbièreåsene i Aude fylke skulle holdes for å hindre forstekninger i å komme frem. Et sikkerhetshelikopter fra myndighetene ble beskutt og truffet tre ganger. Toglinjen brytes opp og et tog blir satt fyr på. Veien blokkeres og en kø på 5 kilometer samler seg. I den frie ferdsels navn bestemmer innenriksministeren at opprøret må slås ned på. To "Gendarmeri" bataljoner (forsvarsministeriets politistyrker) samles i Narbonne og kjører mot Montredon. To hundre soldater går frem mellom bilene og seks hundre opprørere lader våpen. Skuddvekslingen starter. En offiser og en vinbonde dør, mens et trettitalls personer blir alvorlig såret.

Et krisemøte i Brussel forandrer noen punkter i reguleringen av vinsektoren. Målet med møtet var klart, og det måtte erkjennes at det produseres altfor mye vin, og at produksjonen må ned (Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Planene om riving av vinstokker intensivieres, og frem til 1988 forsvant 100.000 hektar med vinranker.

Videre utover 80 tallet var fortsatt 30 prosent av vininntekten i L-R subsidiert av EU. Mange produserte for å produsere (Torrès 2005). En ny type konsensus så ut til å komme til uttrykk, man måtte lage kvalitet og få det som regnes som Frankrikes største kvalitets merking; "AOC"-stempelen. Samtidig med dette dukket nye vinland opp som konkurrenter. I Chile,

Australia og USA lages hovedsakelig noe som kalles endrueviner, eller varietals. Det vil si at man lager vin av en drue og ikke blandinger av druer slik som det tradisjonelt har blitt gjort i Europa. Endrueviner er enklere for konsumenter å forholde seg til, for de vet sånn ca hva de får. Blandingsviner, som europeerne ser på som mer komplekse i smak og aroma, treffer ikke målgruppen særlig godt. *"Fordi smaksopplevelsen av disse viner er vanskelig å gjette, mens en ren Merlot eller en en ren Syrah er lettere å kjenne igjen og kunden vet om han får en aromatisk eller rund vin"* (Intervju vineksportør, mars 2008). Languedoc-Roussillon sin versjon av endrueviner er de som merkes med Vin de Pays d'Oc og druetype(r)¹⁶ på etiketten. Disse er som vi vil se senere en viktig del av næringen i dag.

I Paris hadde en engelskmann, eier av en prestigefylt vinkjeller, ved navn Steven Spurrier ideen om å organisere en blindsmakingstest der internasjonal presse og det profesjonelle miljøet i Paris skulle delta. 24 mai 1976 samles en jury bestående av franske smakere som skulle foreta blindsmaking av californisk og fransk Cabernet-Sauvignon og Chardonnay. Pressen og de profesjonelle miljøene skulle fra denne dato bli mye åpnere for viner utenfor Frankrike en noen gang tidligere. Jurien var nesten enstemmig og plasserte omtrent alle de californiske vinene foran de franske. Engelsktalende presse latterliggjorde smakerne, og fransk presse ropte om konspirasjon og juks (Torrès 2005). Nykommere i vinverdenen fikk igjennom denne hendelsen et forsprang til Languedoc-Roussillon, som fortsatt i stor grad var en billigvinsregion. Internasjonalt skulle konsumenter rette sin interesse for mot vinregioner utenfor Europa, og mange franske vininvestorer strømmet dermed til California, inkludert mange fra Bordeaux, Burgund og Champagne områdene. Dette var investotter som kunne ha valgt Languedoc-Roussillon, men slik ble det ikke. Utvikling av den nye verden skjøt fart på denne tiden (Malnic et al 2004)

Vi har her kommet innpå hvordan et opprør gjorde mye for å ødelegge sympatien, som politikere viste vinregionen Languedoc-Roussillon, og vi har sett hvordan en hendelse ga oppmerksomhet til nye vinland.

6.6 Opprinnelsesmerkinger, kvalitetsheving og nye organisasjonskonstellasjoner

Den første AOC' en i studieområdet er "Muscat de Frontignan" og "Vins Doux Naturels de Frontignan", to hetviner De fikk betegnelsen i 1936. Den første rød vins appellasjonen i dette rød vinsområdet var Fitou, som ble godkjent i 1948. I mellomtiden fikk de fleste hetviner i området en form for lokal appellasjon, før rød vins appellasjonen "Collioure" så dagens lys i 1971. Frem til 2006 kom det med jevne mellomrom nye rød vins appellasjoner, og flere av disse

¹⁶ Det er lov å bruke maks to forskjellige druer i Vin de Pays d' Oc

ble utvidet til å gjelde rosé- og hvitviner. Vin de Pays d' Oc fikk opprettet sin bransjeorganisasjon i 1987. Hvert AOC har sitt syndikat, som jobber med informasjon, forhandling om lovverksendringer med myndighetene og promovering av produkter via diverse messer og lokale festiviteter. Men de er ikke alle organisert under en paraply og derfor er de ikke synlige nok for konsumentene. *"These new territorial constituencies have initiated institutionalization processes of their own, seeking to establish new forms of 'common enterprise' which often have had little connection with productivist viticulture. New locally-specific 'missions' have been formalized by these constituencies, although, as yet, none have been regionally endorsed"* (s. 347 Jones og Clark 2000). Det er i dag to profesjonelle bransjeorganisasjoner for AOC-vin i regionen. CIVL, for Hérault og Aude fylkene og CIVR for P-O fylket. Gard fylke har valgt å alliere seg med bransjeorganisasjonen til Rhônedalen. Moderniseringen og kvalitetshevingen i L-R er et faktum. Gjennomføringene og forsøkene på institusjonalisering av disse er gjort, men ikke fullført på det plan der en institusjon dekker hele regionen og alle dens aktører.

6.7 Oppsummering

Historien har skapt et folk som kan karikeres som opprørsk, skeptisk og som ikke har tillit til det utenforstående. Å være fra Languedoc handler mye om å være skeptisk, kritisk og/eller uenig. Winnie Lem (1999), gjorde et antropologisk studie og endte opp med å bruke "Cultivating Dissent" i tittelen på sin bok. Men skepsisen er også intern og knyttet til klasseforskjeller. Skepsisen til utenforstående er særlig knyttet til oppkjøpere, historisk sett i forhold til at burgundere og også bordelesere blandet ut deres viner med sine egne, og at vinene deres ble tilsatt sukker, fargestoffer, vann og sprit. I dag er det storoppkjøpere som reiser fra kooperativ til kooperativ for å presse prisene ned. (Intervju med vinbonde, desember 2007). Mange er også motstandere av at pengesterke selskap skal investere i regionen og ta med seg rikdommen ut. Skepsisen til staten stammer tilbake fra 1731, da de ville kontrollere økonomisk aktivitet i hele nasjonen, og godkjennelsen av import av russisk hvete i 1850, kan tolkes som en frisluppenhet i forhold til åpning av andre markeder. I vår tid uttrykte en informant skepsissen slik: *"statens representanter, som selger tog og fly, er villige til å inngå hvilken som helst avtale som vil kunne skade oss vinbønder. Så lenge de får salg, bryr de seg ikke om oss, selv om vi er en større industri."* (Intervju med pensjonert vinbonde, desember 2007) Staten regnes ikke for å være på vinbøndene sin side siden den ikke kjempet hardt nok for å ivareta subsidieordninger. Men paradoksalt så sees den på som både en fiende og ei melkeku. Staten i dag har en regulerende rolle i forhold til hvilke druer som godkjennes og ikke. *"De fortalte oss en gang at vi skulle plante varianter som produserer mange hl/ha. Da stupte prisene, i dag forteller de*

oss at vi skal plante aromatiske sorter og sørge for lav avkastning. Det virker for noen, men det er fortsatt mange det ikke virker for, så hvem vet denne gang" (Intervju med vinbonde, mars 2008). Selv om noen skjemmes noe over at de lenge lagde billige produkter er det en stolhet over Romas tidligere hovedleverandør og Thomas Jeffersons favoritt. Stemningen jeg kunne føle under feltarbeidet tolket jeg dit hen at de tror på at de vil kunne overvinne vanskelighetene, men vet at de vil måtte kjempe igjen om nødvendig. Languedoc-Roussillon er forbundet med billig bordvin. Dette er et problem når den forsøker å nå ut i større markeder. Produksjonsstrukturen består av mange små enheter og er kollektivistisk og beskyttende. Den opprørske identiteten blir vist frem i medias dekning av "vinterrorister". Voldelige aksjoner har aldri vært et godt salgsargument (Orguez og Petric 2007) og det kan være noe av grunnen til at missympati til regionen har blitt skapt. Men hvorfor velger en gruppe å ty til vold. En informant som reagerte på at jeg nevnte at norsk presse har skrevet at tanker med utenlandsk vin i L-R har blitt helt ut så situasjonen slik:

"Det er ikke fordi vi hater Chilenerne at vi helte ut Merlot-en deres i 2004. De fant på disse endruevinene, og vi har i dag stor suksess med dem. Men etter hetebølgen i 2003 var Merlotavlingen vår elendig. I Chile har de lov til å vanne åkrene sine for å hindre at planten skal få hydrisk stress. Det har ikke vi. Så vi konkurrerer på ulike vilkår. De som skulle distribuere vinen burde valgt å gjøre det gjennom en annen havn enn den i Sète" (Intervju med vinbonde, desember 2007)¹⁷

Denne uttalelsen stemmer overens med Scheels masteroppgave (2003) om Chilensk vin, der hun nevner at de irrigerer vinåkrene. I A-magasinetts artikkel fra 12.10.2007 og på en artikkel i *Independant*¹⁸ står det at Italia, Spania og Hellas anklages for å ha illegale vinplantasjer, som ikke er registrert og som det følgelig ikke betales skatt for. Italia skal ha 42.000 illegale hektar, mens Spania har 51.000 uregistrerte hektar. En informant fortalte at mange var frustrert fordi de mente at dette var en av grunnene til at spanske og italienske produsenter kunne tilby viner som kostet mindre enn de fra Languedoc-Roussillon og derfor ble både statlige bygninger vandalisert og trailere som fraktet vin ble kapret og tømt. Etter hvert som protestene har blitt utført har EU bestemt en reguleringsplan for at de illegale parsellene skal rives¹⁹. En politisk seier for de kjempende opprørerne, nå gjelder det å se om ord blir til handling.

¹⁷ Informanten brukte "vi" i forhold til at de som saboterte en last fra Chile er fra Languedoc-Roussillon og ikke fordi informanten var delaktig i hendelsen. Informanten refererte til en hendelse, der vin transportert med båt ble kastet på havet i Sète.

¹⁸ <http://www.lindependant.com/articles/2008/05/09/20080509-REGION-Viticulture-de-petits-pas-vers-l-39-interprofession-unique.php5>

¹⁹ <http://register.consilium.europa.eu/pdf/fr/08/st07/st07292.fr08.pdf>

7. Vinbransjen i Languedoc-Roussillon

I denne delen av oppgaven skal jeg først tallfeste data som kan illustrere vinkrisen og moderniseringen bransjen har gjennomgått. Etter det, skal jeg gjøre rede for de mange institusjoner og organisasjoner som er med på å regulere vinbransjen i Europa, Frankrike og Languedoc-Roussillon. Hensikten med dette er å gjøre det klart hvem som har ansvaret for reguleringen av hvilken type vin og hvilken geografisk utstrekning de har myndighet over. Videre vil jeg se på forskjellen på privateide vingårder og vinkooperativer i Languedoc-Roussillon og drøfte deres roller i vinsektoren. Hensikten med kapitlet er å vise til hvordan bransjen fungerer på organisasjonsnivå og på produksjonsnivå og at begge disse nivåene søker mot å jobbe tettere sammen.

7.1 Tallmessige forhold i vinbransjen i Languedoc-Roussillon

Vinplantasjer dekket i 2006 hele 279.456 hektar fordelt på 11 451 produsenter (Viniflor 2007). Avlingen fra dette året var på totalt 15 885 965 hektoliter (tabell 7.1) Dette er Frankrikes største vinregion. Det er også landets største bordvins- og landvinsregion (Brugiere og Barrachina 2004) og det den nest største AOC produserende region etter Bordeaux (Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007).

Tabell 7.1 Produksjon i hektoliter etter vintype per fylke. Languedoc Roussillon 2005

Fylke	A.O.C	Landvin	Bordvin	Totalt
Aude	916 176	3 511 859	679 782	5 107 817
Gard	915 543	2 327 706	440 456	3 683 705
Hérault	635 840	4 217 990	1 060 588	5 914 418
P.O	546 521	536 149	97 355	1 180 025
Totalt	3 014 080	10 593 704	2 278 181	15 885 965

Kilde: DGDDI. Det franske toll og avgiftsvesen.

I 2005 ble 1,085 millioner hektoliter AOC vin og 1,2 millioner hektoliter bordvin i Languedoc-Roussillon tatt hånd om av tvangsdestilleringstiltak (Préfecture de la Région du Languedoc-Roussillon 2006a). I forhold til innhøstingen representerte AOC vinen som ble tatt hånd om 1/3 av produksjonen og omtrent 1/10 del av bordvinsproduksjonen. Det er litt vanskelig å sammenligne disse to tallene fordi tvangsdestilleringstiltakene omfatter vinlager av vin som produsenter regner med å ikke få solgt, så det kan være vin ifra mange år tilbake.

Men krisen er et faktum når produsenter må kvitte seg med så store mengder vin. Et alternativ for tvangsdestillering er å selge unna lagrene sine til store oppkjøpere, som igjen kan selge dem på lavpriskampanjer (Intervju, med vinselger, mars 2008).

Restruktureringen ifra en bordvinsregion til en kvalitetsprodusent har skjedd siden 70 tallet. Da ble omtrent 25 millioner bordvin av totalt 37.2 millioner hektoliter vin produsert i L-R. Omtrent 67 % av all vin var da regnet som bordvin. I 2005 tallet redusert til omtrent 2.3 millioner av totalt 15.9 millioner. Det gir da omtrent 14, 5 % bordvin i 2005. Denne reduksjonen i lavkvalitetsproduksjon er forbundet med to viktige tiltak i L-R sin vinbransje. Det ene er at vinproduksjonsarealet er redusert fra 450.000 hektar i 1970 til i underkant av 300.000 hektar i 2000 (Torrés 2005). Samtidig har tiltak for bedret kvalitet blitt støttet av myndighetene. En stund ble det gitt inntektstapsgarantier for dem som valgte å plante mer av den lokale Grenache, og i dag gis det fortsatt støtte til dem som planter Syrah og Mourvèdre. Det er druetyper med sin opprinnelige bastion i henholdsvis Rhônedalen og Provence. Disse tre blir brukt til AOC rødvin. For annen Vin de Pays er det støtteordninger for Merlot og Cabernet Sauvignon. For hvite druer til både AOC og VdP har Chardonnay, Grenache Blanc og Sauvignon Blanc falt inn under støtteordningen. Dette betyr at vinbønder med parseller med eksempelvis Cinsault eller Aramon som ble revet til fordel for nyplanting, fikk dekt tapene dette påførte dem. Måten dette kompenseres på er å gi forrige års fortjeneste på parsellen. Ulempen er at vinbøndene kun får dekket et års tap og at de nye plantene bør vente 4-5 år før man høster dem. På den andre siden er det som vist i tabell 7.2 bedre pris på både AOC- og landviner enn bordviner. På sikt kan nyplantingsprosjekter være interessante. De ovennevnte druene blir betegnet som aromatiske druer. I følge Préfecture de la Région du Languedoc-Roussillon (2006) dekker disse druetyperne 63 % av vinarealet i 2006, mot 27 % for 30 år siden. det vil si at de 2006 dekket 182.700 hektar. Hvis vi regner utifra at det var ca 450.000 hektar vinplanter i 1970 var arealet da på 121.500. Økningen av kvalitetsdruer har vært på 61.200 hektar på 30 år.

Tabell 7.2 Prisindeks per vintype i L-R 2002

	Euro pr Hl	Indeks
Snitt for all vin	58.7	100
A.O.C	89.2	152
VdP d' Oc	72.1	122.8
VdP-lokal	52.8	89.9
VdT over 12 %	50.6	86.2
VdP-fylke	45.6	77.7
VdT 10.5 -12%	44.5	75.8
VdT under 10.5	40.5	69.0

-Her er det gjort forskjell på landvin fra fylker og områder. Dette er ikke gjort andre steder i oppgaven.

Kilde: Chiffolleau et al. 2004

Vinsektoren i Languedoc-Roussillon forandret seg markant de siste tretti år. Fra å være en "fabrikk" av bordvin, tilbyr den i dag vin i de fleste kvalitetssegmenter. Men selv om den mer og mer har gått til kvalitetet, så produserer regionen viner som ikke er særlig høyt priset (tabell 8.1). I tillegg så har regionens produsenter problemer med å få solgt dem. Så det å gå over til høyerekvalitet kan møtt med skepsis og nervøsitet av engstelige produsenter.

7.2 Organiseringen av vinbransjen i Languedoc-Roussillon

a) OMC og EUs innflytelse

OMC, Organisation du Marché Commun des Vins fungerer som EUs rådgivende organ for vinsektoren. Dens målet er å regulere vinmarkedet og koordinere nasjonenes bransjer for at EUs planer for vinsektoren skal kunne settes ut i livet. Den ble dannet i 1962 da EU bestemte seg for å organisere sin felles landbrukspolitik.(Orguez og Petric 2007). De tar for seg spørsmål angående kriedestillering, rivingsplaner og annet som skal sørge for å regulerer vinmarkedet.

b) Nasjonale overordnede organer.

ANIVIT, Association Nationale des Interprofession de Vin de Table et de Pays er en nasjonalt dekkende organisasjon for bordvin og landvinssektoren. Den har regionale seksjoner i Frankrikes vindistrikter, men ifølge en informant stod denne svakt i L-R. *"Landvinsektoren her i regionen, det er Vin de Pays d' Oc. Det er de som har suksess og det er hos dem alle vil være."* (Intervju med en representant for en bransjeorganisasjon). En annen informant bekreftet delvis dette slik: *"Vi lager to typer landvin her. Den ene har lenge vært en suksess. Men vi skulle skape en ny en og ingen kjøpte den. Vi registrerte den inn hos VdP d' Oc og fikk rett til å bruke deres stempel. Året etter er den å få taki i de regionale delene av (en stor matvarekjede)."* (Intervju med teknisk direktør i et vinkooperativ, mars 2008. Egen parentes for å skjule matvarekjedens navn). ANIVIT fungerer som overordnet bransjeorganisasjon for alle bord- og landviner i Frankrike. Problemene med dette er at de ofte gir ut felles statistikk for både bordvin og landvin. Dette skaper problemer for studiet av de forskjellige markedsegmenter, siden flere offisielle utgivere av statistikk publiserer begge varene under ett.

INAO, Institut National des Appellations d' Origine, ble grunnlagt i 1935 for å skape et rammeverk for opprinnelsesmerking av vin. I dag gir den AOC til mange typer landbruksvarer. Denne institusjonen lager reglene for AOC-viner, den bestemmer kravene til avkastning og vinifikasjonsprosedyrer og druesammensetninger.

ONIVIN, Office National des Interprofessions de Vin. Denne organisasjonen er nå slått sammen med organisasjonene for blomster og frukt og kalles Viniflor, Vins, fleurs et horticultures. Denne organisasjonen tar for seg alle typer vin.

c) Regionale organer.

CIVL, Comité Interprofessionnel des Vins du Languedoc. De holder til i Narbonne i Aude fylke og er ansvarlige for de fleste av AOC-vinene i Languedoc. Fitou Appellasjonen som er regionens eldste og som ligger i Aude fylke, ønsket ikke lenger å være del av CIVL²⁰. De mente at det kostet for mye og at beslutningsstrukturen var alt for treg. Om en produsent i Roussillon ønsker å bruke "A.O.C. Languedoc" betegnelsen, må den organisere seg gjennom C.I.V.L.

²⁰ <http://www.decanter.com/news/102223.html>

CIVR, Comité Interprofessionnel des Vins du Roussillon. De holder til i Perpignan og representerte under studiets gang alle AOC-viner i P-O fylket. I tillegg representerer de noen hetviner i Aude.

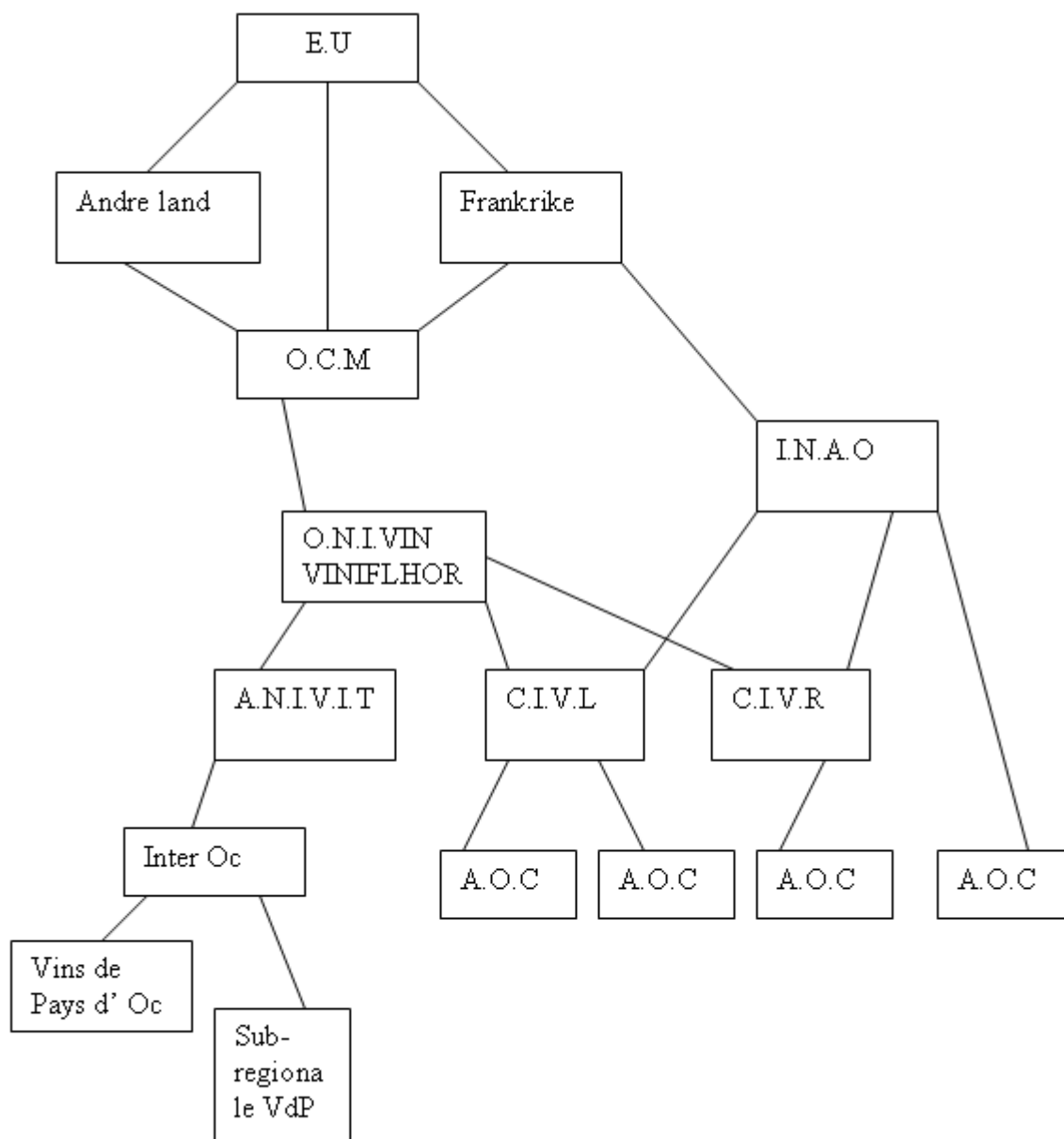
ANIVIT Régionale/ Inter Oc. Den regionale delegasjonen av ANIVIT. Under denne hører Vin de Pays d' Oc og alle "subregionale" VdP. Eksempler på disse er Vin de Pays de l' Hérault, eller Vin de Pays des Côtes Catalanes".

Vin de Pays d' Oc. Denne organisasjonen holder til i Hérault fylke og representerer den regionale landvinen. Dette betyr at alle fire vinproduserende fylkene i L-R kan lage Vin de Pays d' Oc, eller at en Vin de Pays d' Oc kan inneholde druer fra en eller flere av de fire fylker.

Sub-nasjonale Vin de Pays organisasjoner. Alle landviner har sin egen representative gruppe som jobber med regulering av lokale landviner.

AOC-syndikatene. Dette er organisasjoner for hver enkelte AOC. Skal en produsent lage en AOC-vin må den registrere seg i den AOC-organisasjonen som dekker dens område. Styrene velges av medlemens, men mange beskylder disse for å drive med favoriserende "mafiavirksomhet" (Petric og Orguez 2007). Som vi vil se senere var mange produsenter kritiske til disse.

Organisasjonskart over institusjoner, som er med i oppgaven.



Figur 7.1

7.3 Felles appellasjonssystem, et tiltak for større samhold og felles merkevare

I april 2007 ble det bestemt av CIVL og CIVR at de skulle kunne markedsføre seg under samme opprinnelsesmerking. AOC-Languedoc, skulle få lov til å se dagens lys fra og med utslippet av årgang 2007 blant produsenter i hele regionen med unntak av Gard fylke. Med følgende eksempel vil jeg illustrere nytten av denne appellasjonen. "AOC Minervois-la-Livinière" er en egen appellasjon som skilte seg ut ifra "AOC Minervois". Grunnet dens nærvær til Livinière elven skal vinen bære preg av den fuktige luften som nærheten til en elv

fører med seg. Men en slik appellasjon har ikke internasjonal slagkraft, noe en undersøkelse i England kan bekrefte (Field 2004). Languedoc-Roussillons 34 forskjellige appellasjoner skaper en utydelighet i forhold til det å gjøre regionen synlig og kjent utenfor dens egne grenser. Men det er en egen appellasjon, som kommer i tillegg til de allerede eksisterende og den er ikke møtt med den store entusiasmen. Ingen av informantene, eller deres nærmeste samarbeidskrets var interessert i å bruke appellasjonen. Men på internett sidene til CIVL²¹, er det foreløpig kunn store selskaper og grupperinger som har våget å satse på appellasjonen. Selskap som Jeanjean, Skalli og samlingen Vignerons Catalans har valgt å bruke merkingen. Denne nye merkingen er foreløpig CIVL sitt ansvarsområde, men det er blitt skapt noe som heter IRCVLR (Instance Regional de Concertation des Vins du Languedoc-Roussillon), som på sikt skal overvåke og koordinere CIVL, CIVR og ANIVIT sine handlinger.

7.4 Produserende enheter i Languedoc-Roussillon

De produserende enheter i regionen er også vanskelig å få oversikt over. Noen er enheter som leverer til flere forskjellige kooperativer, andre leverer til private vingårder, og private vingårder leverer også deler av sin innhøsting til kooperativer. *"Vi vurderer etter innhøstingen hva vi skal beholde selv og hva vi kan levere på kooperativet. Har det vært veldig varmt et år beholder vi druene fra nordvente skråninger og selger fra oss de fra sørvendte skråninger"* (Intervju, vingårdeier, mars 2008). Noen leier også produksjonsutstyret til andre for å produsere egen vin. Men alt i alt finnes det ifølge Viniflor 11.451 profesjonelle produsenter i 2005, der et årsverk eller mer er involvert i produksjonen. Mange har fortsatt små parseller de jobber med på deltid, eller fritid.

7.4.1 Kooperativer

I dag eksisterer 315 forskjellige sameier i studieområdet. De har 30.000 medlemmer, hvilket vil si et snitt på ca 95 medlemmer per sameie. De dyrker druer på 200.000 hektar, hele 70 % av dyrket vinareal. Det blir et gjennomsnitt på ca 6,5 hektar per leverandør. (Préfecture Languedoc-Roussillon 2006a.) Siden 1982 har 221 forsvunnet fra Languedoc-Roussillon. Disse har enten blitt lagt ned eller så har de fusjonert med andre. Kooperativene regnes som selve symbolet på sør-fransk samhold. Det er symbolet på fellesskap og er en viktig kulturell og økonomisk institusjon (Lem 1999). Jeg vil her se nærmere på konteksten og perioden de oppstod under, for så å diskutere hvilken rolle de har i dag.

²¹ http://www.languedoc-wines.fr/photo/presse_10_b.PDF

Det første kooperativet kom frem i begynnelsen av forrige århundre for at produsenter skulle stå samlet mot store oppkjøpere som hadde for vane å presse prisene så lavt som mulig. Det var i fylket Hérault i byen Maraussan i 1901. Den ble kalt "Les Vignerons Libres", de frie vinbønder. Staten finansierte deres oppbygging (Knox 1998, Lem 1999) og banker som Crédit Agricole gav dem fordelaktige lån. Etter sterk økning i antall frem til 1969 synker deres antall grunnet fusjoner. I dag støtter staten opp med 20 % av kostnadene ved oppbyggingen av dem og 10 % ved utvidelse eller fusjon (Chevet 2003). På kooperativene velger hver enkelte vinbonde måten han skal plante og stelle med sine planter. Leverandørene lønnes etter leveringenenes kvantum og kvalitet, og kooperativets kostnader dekkes av salgene. De er bygd opp på "en mann, en stemme" prinsippet og regnes derfor som et institusjon der små produsenter for sin stemme hørt. De regnes også med som et organ som har frigjort vinbønder fra de store vinhusenes utnyttende grep (Knox 1998). Etter juksingen som fantes på begynnelsen av 1900 tallet ble det også et organ som gjorde statlig kontroll enklere. *"...vinification cooperatives were meant as a means of defending small growers interests against merchants and dealers in the market. While serving this purpose, cooperatives sponsored and set up with subsidies by the state, simultaneously became the instrument par excellence for state control over the viticultural economy."* (s 19. Lem 1999). Samtidig som truslene mot oppkjøpere gav større trygghet, fikk staten bedre innsyn i vinsektoren.

I dag har kooperativene en annerledes rolle. Rollen i dag er å koordinere interne bånd og prøve å integrere produktene som lages i eksterne oppkjøpsnettverk. I stedet for å være beskyttere mot markedet er de integrasjonsaktøren, som parsell eierne går igjennom for kommersialisere produktene. Mange regner kooperativene som arkaiske og utilpasset i forhold til markedskravene, men i mange tilfeller er de konkurransedyktige aktører som tilbyr både et bredt produktspekter og store volumer (Chevet 2003).

7.4.2 Uavhengige aktører

De kalles for "Caves Particulières", "individuelles vinkjellere". Det finnes hele 5050 selvstendige vinprodusenter, som dekker 93.000 hektar slik at gjennomsnittsgården har 18,5 hektar med vinranker. De dekker de resterende 30 % av regionens vinrereal. Disse tallene har holdt seg stabile siden 1990. (Préfecture Languedoc-Roussillon 2006a.) Det er oftest uavhengige aktører som lager AOC-vin. 51 % av AOC'en produseres av uavhengige aktører, mens kooperativene står for 46,3 % og 2,7 % blir tatt hånd om av tredje parter (oppkjøpere med egne produsjonsanlegg). I Languedoc-Roussillon organiserer de seg i henholdsvis Syndicat des Vignerons Indépendants du Roussillon, Fédération des Vignerons Indépendants de l'Aude, Syndicat des Vignerons Indépendants de l'Hérault og Fédération Gardoise des

Vignerons Indépendants. Utenforstående aktører som ønsker å installere seg i L-R, ønsker ofte å drive på som selvstendig, og ikke være del av den mer kompliserte kooperativ strukturen (Petric og Orguez. 2007)

7.4.3 Produsentgrupperinger

Det finnes 71 produsentgrupperinger, som representerer 230.000 hektar og de produserer 13 millioner hektoliter med vin (Préfecture de la Région du L-R 2006a). Dette er grupperinger, som samler seg for å kommersialisere varer på diverse markeder. Alt ifra private salg, til restauranter og større dagligvarekjeder, både innenlands og nasjonalt. Eksportfirmaet som jeg fikk besøkt under oppholdet i L-R, var en slik gruppering. Strukturen firmaet opererte under var en åpen struktur, der vingårder og kooperativer de samarbeidet med gav firmaet rettigheter til å tegne kontrakter for de produktene og den prisen de hadde blitt enige om. Samtidig solgte selskapet vin fra hele regionen, uten å ta for seg lokal rivalitet. Firmaet stod fritt til å samarbeide med nye produsenter og vinprodusentene var frie til å satse på andre salgskanaler. *"Da vi startet opp for noen år tilbake var det få som ønsket å samarbeide med oss. De ville ikke at vi skulle tjene penger på deres arbeidsinnsats. Nå som krisen virkelig gjør sine virkninger, vil alle at vi skal selge deres vin"* (Intervju, vineksportør mars 2008). Videre argumenterte informanten for at denne typen salgsstruktur skulle det bli mer av i fremtiden. Siden det manglet markedskunnskap hos produsenter, så kunne produsentene konsentrere seg om sitt, mens selgerne kunne få produktene ut på markedet.

7.5 Oppsummering

I dette kapittelet har det blitt vist til tallmaterial, som belyser krisen i L-Rs vinbransje. Organisasjonsformene, og ønske om nye organisasjonsformer, har blitt vist, samt organiseringen av vinproduksjonsenhetene; kooperativer og private vingårder, og til slutt produsentgrupperinger. Alle tegn tyder på at vinbransjen i Languedoc-Roussillon befinner seg i en krisesituasjon. Landvin, ser ut til å ha suksess, mens bordviner og AOC-viner blir ikke solgt. "Nød, lærer naken kvinne å spinne". Krisen ser ut til å ha vekket aktørene, og det ser ut som om det arbeides for større samhold og tettere samarbeid. Om dette vil bære sine frukter vil tiden vise.

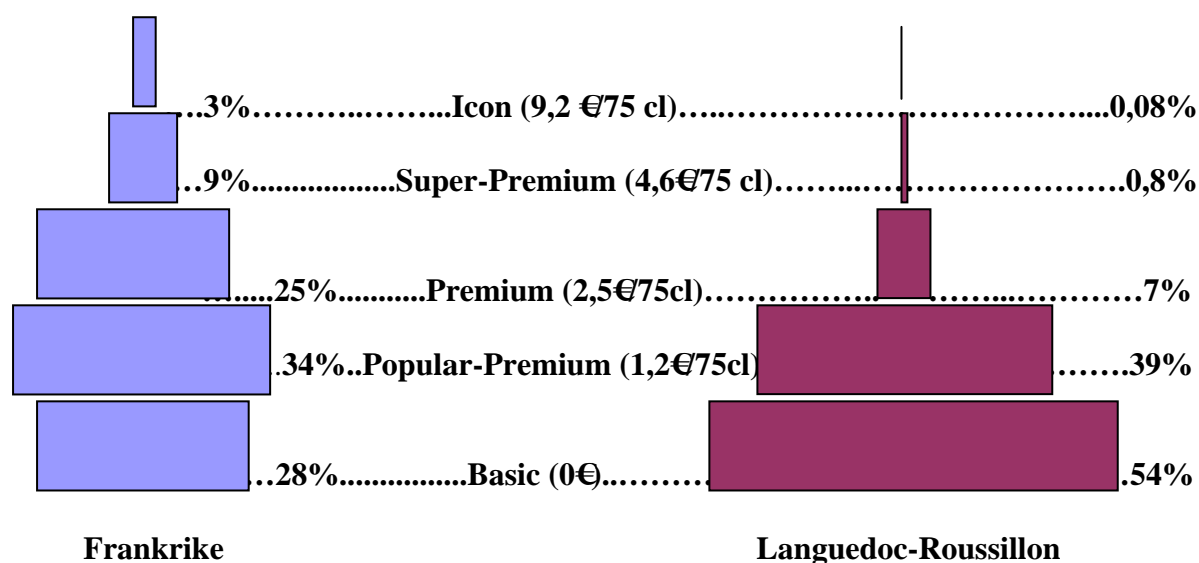
8. Markedskrav og tilpasningsarbeid

I dette kapittel vil jeg konsentrere meg om tiltak som utføres av aktørene i bransjen, med den hensikt å vise hvordan de opererer og hvilke forhold de må ta hensyn til for å gjøre regionens viner kjent. Dette vil bli gjort ved å se på situasjonen for L-R sitt vintilbud. Deretter vil jeg komme innpå vinmesser, vinturisme og den urbane ekspansjon. Helt til slutt vil jeg ta for meg ”Mondavi-saken”, der jeg skal vise til utfordringer og hensyn som er viktige for investorer å ta hvis de vil investere i L-R, samtidig som jeg vil illustrere den lokale stolthet og ønsket om å ikke bli utnyttet.

8.1 Tilbudet av vin og ønsker ifra markedet

I forklaringen av hvilke elementer som gjør et vinområde populært er det mange faktorer som spiller inn. I følge Aylward (2007) er det viktig for et området å ha prestigeviner. Det kan man tolke som høyt prisede viner, slik som de i Icon og Super-Premium segmentene. Languedoc-Roussillon er en gigant på bordvin og landvin. Dette er som regel viner som selges til en lav og konkurranse dyktig pris, i grenseland mellom Basic og Popular-Premium segmentet. En informant som, jobber i et eksportfirma, hadde tidligere solgt vin fra andre steder i Frankrike. Jeg ble fortalt at det ekspempelvis var lettere å selge en pall med billig Bordeaux-vin, enn det var å selge en like billig vin fra L-R. Konsumentene ønsket å kjøpe noe som var kjent, mens det mer ukjente krevde god overtalelsesevne. Siden L-R ikke har mange viner i de øverste segmentene, som ofte er referanser i forhold til de prestisjefylte vinregionene, så taper resten av bransjen på dette. Men ifølge kalkyler utført med noe som kalles ”pris-hedoniske modeller”, så er vin fra studieområdet alt ifra 32 % til 14 % under prisen av dens egentlige markedsverdi (Thrane 2004).

Tabell 8.1 Sammenligning mellom tilbudet i Frankrike og Languedoc-Roussillon i 2003.



Kilde: Ernst og Young for ONIVINS (2003) i Préfecture de la Région du Languedoc Roussillon (2006b)

Utifra ovennevnte opplysninger kan vi trekke den slutning at L-R, er i mangel av prestigefylte viner, som kan gi regionen et godt rykte. Samtidig er det en region som har en del viner som gir et godt utbytte i forholdet kvalitet-pris.

8.2 Vinmesser

Det organiseres vinmesser i Languedoc-Roussillon, og rundt om i hele verden. Bransjeorganisasjonene CIVL, CIVR og Vin de Pays d' Oc har ofte egne stands der de promoterer sitt område. De gir også potensielle kunder informasjon om hvor området er, og hva det har å by på. Det produsenter gjør er å selv, eller via eksportfirmaet delta på messer arrangert rundt om i verden. Vinisud er verdens største vinmesse, den holder til i Montpellier og pågikk i februar 2008²². Vinprodusenter fra hele middelhavet var invitert, muligens i et forsøk på å vise et vennlig og åpent bilde av L-R. Muligheter for økt eksport vil ble muliggjort ved at f.eks at 21% flere utenlendinger, enn det det var i 2006 besøkte messen de. Totalt kom 9245 personer fra utlandet til messen (Le Figaro 7/3 2008). Dette er en mulighet for å skape nye kontakter og få kjennskap til hva som slags varer som er etterspurt

²² www.vinisud.com

8.3 Ønoturisme, vinruter og landbruksturisme

Ønoturisme betyr vinturisme. Det omfatter besøk av vingårder, guidede turer i vinranker, overnattinger på vingårder og andre typer turistaktiviteter knyttet til produktet vin. I denne delen av oppgaven skal jeg ta for meg hvordan og hvorfor vinruter er blitt skapt. Jeg vil gå inn på betydningen disse kan ha for promovering av den regionale vinbransjen ved at det regionen har å by på blir synliggjort for turister.

Målet til landbruksturisme er å vise kombinasjonen mellom naturlige ressurser i en "terroirkontekst". Landskap, økosystem og menneskelige ressurser, som kunnskap om området, skikker og kulturarv, skal kunne gi hvert enkelt landbruksprodukt en merverdi, samtidig som de promoveres i samspill med hverandre. For å få til dette, samarbeider forskjellige gårder i mindre lokaliteter om et opplegg som kan være tiltrekkende for turister. Promovering av disse aktiviteter får også offentlig økonomisk støtte i form av regionale utviklingsplaner (Intervju, representant for en profesjonell bransjeorganisasjon, mars 2008). Det er lagt opp en del vinruter i L-R, mens det for tiden arbeides med å skape en oversikt over "terroir turistiske" reisemål. I 2000 hadde kun 2 % av franske vingårder mulighet for å tilby bespisning og overnatting (Vandecandaelere 2002). Når en vinrute defineres kobler man to dimensjoner av det økonomiske system: tilbud og etterspørsel. Møteplassen blir "terroiren", den skal bli kjent av utenforstående slik at dens produkter treffer et eksportmarked. Den fungerer også for å tiltrekke seg personer i området som ikke var klar over at det finnes vingårder som er åpne for publikum. Skilt langs vinrutene opplyser om dette. Slik kan direktesalg fra gården øke og ledd i salgsleddene forkortes. Tiltak av denne art kan være en stor suksess, og det er en californisk idé. Mondavi Winery i California har hatt opptil 400.000 betalende visitter i året (Torrès 2005). Ifølge en rapport levert til det franske senat²³ er de fleste vinruter i L-R vilkårlig satt opp, med unntak av den i Corbières. Dette kan være en ulempe for regionen, for i samme rapport, opplyser "Agence Francaise d' Ingénierie Touristique", AFIT, at 20 % av franske turister i Frankrike valgt destinasjon på grunn av muligheter for å finne lokal vin, 25 % har også tatt spontane omveier for å besøke vingårder og 40 % har besøkt en spesialisert vinbutikk. Siden den turistmessige aktivitet i L-R hovedsakelig omfatter strandaktiviteter og fjellaktiviteter (Jarrige 1999), er dette et potensial som bør kunne videreutvikles.

²³ <http://www.senat.fr/rap/r01-349/r01-349.html>

Mellomlandet, mellom fjell og hav er der de største vinområdene ligger. Det fungerer i dag som gjennomstrømningsområde, mens mange kunne ha stoppet der. Turisme er en næring som fungerer godt i L-R, der det ble registrert 21,3 millioner overnattinger (INSEE 2007). På 70 og 80 tallet tok staten et grep og bygde ut kysten for å ta imot sommerturistene. Å kombinere turisme og vinbransjen og skape noe produktivt vil være nyttig for vekst i regionen. I Languedoc-Roussillon har myndighetene opprettet noen vinruter. Det er et tiltak som integrerer produsenter av både vin og andre landbruksvarer og som virker samlende for dem som er inkludert i vinrutene. Vinrutene fungerer slik at det er satt opp skilt langs forskjellige veier, der det står "Route des Vins". Det går an å følge disse veiene og finne vingårder, som har sine salgspunkt eller selve gården i nærheten av veien. På samme tid kan man få med seg landskapet. For mange vinruter kan skape et uoversiktlig tilbud og kan dermed virke ekskluderende for noen. Langs veier utenom vinruter har vingårder funnet egne løsninger. De har søkt kommunen sin for at det skal settes opp veiskilt som indikerer deres vingård eller salgspunkt.

Vinturisme har ifølge "Vitispheres" nyhetsbrev av 4. april 2008, en egen dag i europeisk sammenheng, satt til 9. mai 2008²⁴. Med dette kan alle aktører, medier og personer forberede seg på diverse arrangement rundt om i Europa. Informanten jeg hadde som drev med vinturisme, mente helt klart at slike aktiviteter fremmer regionens produkter. Det er en måte å introdusere ting turistene kanskje ikke kjente til på forhånd, eller ikke ville funnet om de ikke ble ledet dit hen. Hvis de liker det de får servert, kan det hende de ønsker å kjøpe produktet hjemme og videre anbefale produktene til bekjente. Disse kan deretter få lyst til å besøke området. En spiralvirkning som er nyttig for at regionens produkter skal bli kjent. Samme person hadde interesse for fugler og hadde en liten drøm om å invitere ornitologer. Lagunene langs kysten i L-R er stoppesteder for trekkfugler som flyr mellom Afrika og Nord-Europa. Fugletitting og overnatting på vingård med tilhørende mat og drikke var en tiltenkt plan.

²⁴ http://www.vitisphere.com/breve.php?id_breve=53875

8.4 Mondavi-saken i Aniane, et eksempel på et mislykket investeringsforsøk

Det som ble kalt "Mondavi-saken", var Mondavi Corporations mislykkede investeringsforsøk i Aniane, en liten landsby i fylket Hérault. Grunnleggeren Robert Mondavi regnes som en pioner i vinbransjen i Napa Valley, California. Mondavi Corporation USAs største selskap for produksjon og distribusjon av vin, og har vært rangert som nummer 196 på Forbes ranking over verdens største selskap (Torrès 2005). Med ønske om å "go global" skulle de å etablere seg i hele vinverden. Selskapet hadde allerede erfaring med fransk samarbeid. Både igjennom et joint-venture med Baron de Rothschild og ved kjøpet av et produksjonsanlegg i Aude kalt "Vichon". Sammen med Rothschild skapte de en av Napa Valleys kult-viner Opus One. Vichon kjøpet var for å lage landvin, som var mangelvare grunnet en phylloxeraepidemi i USA på slutten av 90 tallet. For å lage en prestisjevin i Frankrike valgte konsernet ut et lite område i en liten landsby, kalt Aniane i Languedoc-Roussillon

Erfaringen fra Mondavi saken vil bli brukt for å forklare vanskeligheter med det å foreta investeringer i Frankrike, men særlig i Languedoc-Roussillon. Dette er også et kapittel som vil kunne belyse konflikten mellom fransk-tradisjonalistisk og moderne entreprenørskap (Marchesnay 2002, Torrès og Blandin 2004, Torrès 2005). Det vil også belyse nødvendigheten av å knekke den lokale "kulturelle kode" (Jones 2003), når man som et stort internasjonalt selskap forsøker å investere i et lokalt miljø. Komplekse relasjoner mellom oppfattelsen av nært og fjernt, lokalt og globalt vil komme til syne. Den lokale beskyttende logikken og globaliseringslogikken vil også være fremtredende. Målet med dette kapitlet er å vise skepsisen som finnes mot stordrift og det utenforstående.

I prosjektets startfase virket det som om alle var for prosjektet, Fylkesmannen, Regionspresidenten, flertallet i det lokale kooperativet, og daværende borgermester i Aniane, André Ruiz, var tilhengere av prosjektet. En dag kom saken til debatt i lokalsamfunnet, og da skulle motstanden samle seg. *"I begynnelsen så alle ut til å være vinnere. Mondavi gruppen skulle skape en eksklusiv vin, det lokale kooperativet skulle dra nytte av markedsføringskunnskapene deres, og regionen skulle få styrket sitt renommé som produsent av høykvalitetsviner."* (forord. Torrès 2005, egen oversettelse). Men fransk og amerikansk, eller nærmere languedociansk og californisk entreprenørskap, skulle komme på kollisjonskurs. Overflodskulturen fra California og det den representerer for et arkaisk og patriarkalsk småbrukersamfunn i en liten landsby på 2500 innbyggere i Hérault fylke, skulle vise seg å bli en vanskelig kombinasjon. En investering fra en aktør tilhørende USAs mest velstående stat (Torrès 2005) i Frankrikes nest fattigste region skulle vise seg å være en vanskelig affære. Mangelkulturen som finnes i

Languedoc-Roussillon, regionen som ligger lengst fra Paris og som har høy arbeidsledighet, skulle vise seg å bli en barriere i Mondavikonsernets erobring av Sør-Frankrike. Ironisk nok var hovedmotstanderen mot prosjektet Aimé Guibert, eieren av Mas du Daumas Gassac. Hans innsats for Languedoc viner faller inn under det man kan kalle for schumpeteriansk entreprenørskap. En som tør å både tenke og satse nytt, trosse standarder og skape noe helt nytt. Dette turde han å gjøre selv om det skulle ta ham 20 år å få sin vin annerkjent på det franske markedet (Garcia-Papet 2004). Guibert er mannen bak Mas de Daumas Gassac, en av regionens største viner. Han gikk først konkurs som en av Millaus største skinnhanske produsenter. Millau var en gang kjent for lagring av skinnprodukter, men etter at dette markedet ble åpnet for internasjonal konkurranse, klarte ikke Millaus produsenter å overleve. Aimé Guibert, med hjelp av Geografen Henry Enjalbert, fra Bordeaux, fant ut at det lå et utrolig godt jordsmonn og mikroklima i Gassac dalen like utenfor landsbyen Aniane. Guibert var i besittelse av en eiendom der og plantet vinranker. Hans valg av druer var hovedsaklig, Bordeaux druene Cabernet Sauvignon og Merlot. Av dette og andre mer typiske druer for det franske (og spanske) middelhav skapte han en ny type vin, som aldri var sett i området, eller noe annet sted. Denne nyskapningen gjorde at han ikke kunne oppnå AOC status, fordi den betinger en viss type druer. På den andre siden av Gassac dalen kom en annen person som skulle lage en stor vin. Laurent Vaillé skapte "La Grange des Pères" i 1992. Dette er også en landvin siden AOC kravene ikke følges. I dag er disse to vinene fra Gassac dalen blant de fire mest prisede L-R-vinene på Det Norske Vinmonopol²⁵. Mellom disse to vingårdene ligger "Massif de l' Arboussas", en 100 hektars skogsdekket ås utenfor Aniane. Mondavi konsernet hadde vært i kontakt med Guibert. Men målet om å finne en lokal partner som "*vil berike oss med sine lokalkunnskaper*" (Michael Mondavi i Torrès 2005 s. 49), så ikke ut til å være mulig i Languedoc-Roussillon. I stedet valgte de å gå den politiske veien.

André Ruiz, borgemesteren i Aniane, overtalte kommunestyret til å skrive under på en avtale med Mondavi selskapet. Mondavi skulle lease 50 hektar, av et 100 hektars stort skogsområde på en tidsramme av 50 år. Produksjonsfasilitetene de trengte skulle koste 55 millioner euro, og de skulle låne det lokale vinkooperativet 5 millioner euro, slik at de kunne modernisere sine produksjonsfasiliteter. I tillegg til inntekts- og eiendomskatt, ville 1 % av salgsoverskuddet gå til kommunen. Vinen skulle bli kalt Ariana Languedoc, være en 100 % Syrah kategorisert som landvin, og dens pris var forhåndsestimert til \$60 på det amerikanske

²⁵ http://www.vinmonopolet.no/is-bin/INTERSHOP.enfinity/WFS/store-vmp-Site/no_NO/-/NOK/v_PerformSearch-Prod?query=*&nav=true&filter25=R%C3%B8dvin&filter9=Frankrike&filter10=Languedoc-roussillon&filter28=75.00+-+75.99&sort=11&page=5

markedet. Kontrakten ble underskrevet, og en dag fikk landsbyen vite om avtalen gjennom den lokale pressen. At det hadde foregått forhandlinger bak ryggen til landsbybeboerne, skapte en skepsis til både Mondavi, borgemesteren og hele det politiske apparat.

Aimé Guibert eier av "Mas de Daumas Gassac", lokale villsvinjegerne, antiglobalister, miljøvernere og andre motstandere av prosjektet startet foreningen ADMA, "Assosiation de la Défence du Massif de l' Arboussas", en miljøvernforening, som skulle redde skogen som de nye vinparsellene skulle ligge på. Alle slags folk var samlet under dens banner: kommunister, medlemmer av høyreekstreme Front National, innflyttere til landsbyen og folk som hadde sine forfedre fra landsbyen. De ble store forsamlinger, demonstrasjonstog og mye presseoppbud. I tillegg skulle det være lokale valg i mars 2001.

Kommunistpartiets kandidat Manuel Diaz, stilte opp mot daværende borgermester André Ruiz. Kommunisten Diaz, som var medlem av ADMA vant valget med 615 mot 430 stemmer. Hans første oppgave var å anulere kontrakten signert med Mondavi. Ifølge Torrès (2005), var kontrakten skrevet under navnet Vichon, som gikk med underskudd. Diaz, mente at Vichon skulle kjøpe vinen billig fra produksjonsanlegget i Aniane, og selge den videre til Mondavi Corporation. Derfor kunne den selge billig til Mondavi og dyrt til kundene. På denne måten kunne Mondavi konsernet slippe å betale overskuddsskatt til Aniane kommune. Videre skal Diaz ha tilbyd Mondavi om en ny forhandling av avtalen. Men konsernet svarte aldri på hans brev.

Av denne delen av oppgaven ser vi hvor vanskelig det kan være å kjøpe opp tomt og drive vingård i L-R. Det er en relativt fattig region, der skepsissen til det utenforstående kan komme tydelig frem. Befolkningen i Aniane viste motstand mot et stort selskap, og valgte heller å kaste ut en som kunne gi dem et navn på kartet, enn å bli lurt og utnyttet. Vintilbudet til L-R har blitt vist, og jeg har forklart hvordan produsentgrupperinger forsøker å finne markeder for produktene, i eksempelvis vinmesser. Gjennom urbaniseringsutfordringen og vinruter, har jeg vist hvordan myndigheter og instanser også spiller en rolle i utviklingen av den regionale vinbransje. Til slutt viste jeg til Mondavi saken, for å vise at de lokale ikke vil modernisere seg for hvilken som helst pris.

8.5 Oppsummering

Vintilbudet i Languedoc-Roussillon fremstår som underlegent det franske, men det kan være fordi de er lite kjent. Det jobbes for at vinen skal bli bedre kjent gjennom vinmesser og

vinturisme. Lokale politikere må være vare for at ny lokaldynamisme ikke ødelegger for en vinbransje med potensial. Dette potensialet kan bli løst av utenlandske investorer, men ikke for hvilken som helst pris. Den regionale befolkning er av historiske årsaker mistroisk og ønsker ikke å la seg lure.

9. Analyse

I denne delen av oppgaven vil jeg forsøke å gi et svar på oppgavens problemstillinger. I lys av oppgavens teoretiske fundament, vil jeg legge frem resultatene av mine empiriske funn. Det vil bli sett på de delene av empirien som kan gi mening i forhold til å finne årsakene til krisen i L-R sin vinbransje og hva som gjøres for å få bransjen ut av denne krisen. Under besøkene mine i Languedoc-Roussillon i desember 2007 og mars 2008 fikk jeg mange opplysninger om hvordan folk tolket krisen, og vinbransjens manglende tilpasning i forhold til endringer i vinmarkedet. Disse vil bli tolket ved å, først se på de politiske, de organisatoriske og så de tankemessige forhold som påvirker vinbransjens aktører. Meningen er å finne årsakene til at regionens vinsektor er i en krisesituasjon og også avdekke elementer som er med på å holde den der. Del to vil se på hvilke tiltak, som aktører i regionen kan ta tak i for å bringe bransjen videre mot bedre tider. I et forsøk på å løse denne delen av oppgaven vil fokuset først være rettet mot hvordan skape nye koblinger og deretter hvordan eksportmessige forhold fungerer. Til slutt vil jeg komme med et forslag til hvordan en innovasjonsidé i bransjen kan utvikles.

9.1 Årsakene til vinkrisen

9.1.1 Historiske forhold som henger igjen i regionen

Arven som en fattig og avsideliggende billigvins region preger fortsatt i dag mange deler av bransjen. Det produseres fortsatt mye bordvin og det er særlig denne som er kriserammet. Regionen har et svakt rykte i forhold til det å fremstå som prestisjefyllt på verdens vinkart. Produksjonsstrukturen er fortsatt oppstykket i mange små enheter. Gamle vaner og rutiner, som valg av planter, er enda opp til den individuelle jordeier. Arven har også gjort at plantene ble flyttet ned til slettene og at noen gode områder ble lagt vekk og glemt. Kooperativene forsøker å modernisere seg, men har dessverre ikke alltid den finansielle styrken til å gjøre dette. Nytt produksjonsutstyr er kostbart. Regionen henger etter mange andre fordi da den innså moderniseringsbehovene, så fikk andre regioner i verden oppmerksomhet. Den opprørske holdning og særlig handlingene som sabotasje og ødeleggelse, er ikke særlig gode salgsargument (Orguez og Petric 2007). Regionale aktører føler seg truet av konkurser og nedrivningsplaner og bruker voldelig respons som svar. Som det vil bli vist til så argumenterer de voldelige aktørene med at situasjonene ikke er rettferdig, siden myndighetene i Frankrike har kontroll på beskatningen av parsellene, mens konkurrerende land visstnok har en slappere holdning. Dette skaper også vanskeligheter i forhold til

utenforstående investorer, som vet om regionenes rykte og truslene som kommer ifra lokale aktører. Men aktørene vet at regionen har hatt storhetstider, og at det er mulig å gjenskape disse. Dette er manges ønske og de vil ikke at regionen skal miste sin sjel slik den gjorde i år 92, ved de første nedrivingsplanene. Historien har også skapt en samhørighet, som samarbeid i kooperativer og lokale politikeres kamp igjennom nasjonale instanser for å bevare regionens vinbransje. I dag er disse borte, og bransjens nye konfigurering vil kunne avgjøre den videre utviklingen.

9.1.2 Politiske forhold i L-R

På et politisk plan har det i regionen blitt dannet vaner som gjør at man har støttet seg til statens trygge nett i nedgangstider. Maktvakuumet etter politikernes tilbaketrekning er blitt erstattet med AOC-er og bransjeorganisasjonene (Orguez og Petric 2007). Det ser ut til at den politiske lock-in fasen har sett sine siste dager. I den franske nasjonalforsamling er det ikke lenger "vinparlamentarikere" fra Languedoc-Roussillon, slik som Edouard Barthe og Léon Blum som kjemper igjennom subsidier og støtteordninger (Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Den eneste lille mulighet for hjelp fra politiske organ, er skatteletter for en kortere periode hvis produksjonsenheten har gått med underskudd i over to år og den EU sponsede tvangsdestilleringsordningen. Ellers er det skattelettelse og økonomisk støtte for kooperativer som velger å modernisere utstyret sitt, og som velger å slå seg sammen med en eller flere til større enheter. Det er et tiltak for å stimulere til stordrift og bedre konkurransefortrinn. Ut i fra opplysningene jeg fikk av informanter kan politisk engasjement kun hjelpe bransjen på kort sikt. Dette gjelder skatteutsettelsen.

På lang sikt sitter mange viktige avgjørelser på lokalpolitikernes arealplanlegging. Vinbonden jeg fikk arbeide med, fortalte meg om borgermesteren vi møtte på kafeen. Borgemesteren fungerte som sekretær i kooperativet og ble kritisert av min informant for å ikke promovere innflytting til bygda. Etter informantens mening ville dette skape flere lokale kunder, og informanten hadde også en drøm om å selge de dårligste parsellene for en god pris til byggentreprenører. En av representantene for de profesjonelle bransjeorganisasjonene ble nettopp valgt inn i et kommunestyret. Denne personen var svært opptatt av fornuftige tildelinger av boligarealer i forhold til kvaliteten på vinparseller. Under arbeidet fant jeg ingen tydelige tegn til at det finnes politisk lock-in i forhold til dagens regime. Men dårlig arealplanlegging kan skape lock-in, hvis den ikke tar hensyn til parsellenes plassering. Tvangsdestileringstiltak kan være en form for politisk lock-in, ifra høyere plan. Det gir en viss

kompensasjon for usolgt vin. Men siden EU kompenserer vinen til under kostpris, er det kun et støttetiltak. Men når det opphører i 2011, vil et av de siste hjelpemidell være forsvunnet. Noen informanter ønsket bedre statlig støtte i en kriserammet bransje for å hjelpe aktørene til å modernisere den. Slik som staten angivelig støttet flybransjen med eierskap i Airbus, subsidier til kjøtt-, melk-, kornkooperativene i Nord og strøm gjennom det statseide selskapet EDF. Men frihandelsavtaler umuliggjør direkte subsidieringer fra staten. Moderniseringstiltak fra politikerne som kan skape en slags utlåsningspolitikk ser ikke ut til å komme i den nære fremtid. Det eneste politikken kan gjøre er lokal planlegging og koordinering av den fremtidige romlige konstellasjon slik vinbransjen skal få arealer med gode jordsmonn. Det som kan utledes i fra funn under feltarbeidet er at det er former for *organisasjons lock-in*. Noe som betyr at det er det tette og sammenvede organisasjonsnettverket, ikke nødvendigvis er politiske men gjerne private, som hindrer forandringer. Et eksempel på dette har som tidligere nevnt vært sammensetningen av den kooperative strukturen. Friheten som er gitt det enkelte kooperativ medlem, kan ha vært med på at regionen ikke har modernisert seg i tide. Som Jones og Clark (2000) nevner var organisasjonsstrukturen ofte knyttet til politikk. Borgemestere var ofte ledere for kooperativene og gjorde det de kunne for å støtte vinbøndene sine for så å få deres stemmer. De ville også bevare befolkningsgrunnlaget i landsbyen og visste at de trengte en levedyktig vinsektor for å klare det. I dag kan det være tegn til favorisering og vennetjenester innad i de forskjellige syndikatene. Dette har gjort at deler av den politiske lock-in kan være overtatt av organisasjoner.

9.1.3 Organisatoriske forhold i L-R

I funnene kom et problem frem i forhold til organiseringen av forskjellige produksjonsenheter tydelig frem. Dette dreier seg om operasjonaliseringen av planting og planlegging av innhøstingsarbeid. Noen organiserer planting av druestokker på en måte som gjør innhøstingsarbeidet mest mulig kostnadseffektivt. Da er det ikke kvaliteten på druene som er i høysetet, men muligheten for å få lavere kostnader under innhøstingen²⁶. En informant fortalte at dette er grunnen for at kooperativet laget tre forskjellige AOC-er. Når druene var levert, mente denne personen å vite hvilke av dem som skulle gå til hvilken tank. *"Det er trist, men slik er det dessverre i denne bransjen"* (Intervju med en teknisk sjef, mars 2008). Dette er et

²⁶ Dette gjøres ved at landeieren dyrker vinstokkene av samme type på samme parsell. Slik at flytting og reorganisering av arbeidere ikke skal være nødvendig. Hvis kvalitet på druene er i høysetet, vil det ofte være mer oppstykkede parseller og derfor vanskeligere og mer tidkrevende å organisere innhøstingsarbeidet.

av de mange trekk ved den kooperative virksomhet som gir en frihet til den enkelte, som dessverre går utover en større helhet.

En annen informant med lang erfaring i internasjonal vinhandel fortalte meg at nye konsumenter vil ha enkle og lett gjenkjennelige produkter. Komplisert druesammensetning og gjenkjenning av jordsmonn og været for årgangen er for de mer drevne. Det med enkelhet og gjenkjenning er noe Vin de Pays d' Oc har fått veldig bra til, noe eksporttallene deres viser²⁷. De lar produsenten utarbeide en etikette, og da står det nederst druetyperne (maks to typer), og under det Vin de Pays d' Oc for gjenkjennelse. Dette har vært en suksess siden 1987, året VdP d' Oc syndikatet ble opprettet, mens AOC-vinene fra Languedoc-Roussillon har hatt store problemer med å gjøre seg internasjonalt anerkjent. Noen av AOC-ene må ha tre druetyper for å bli godkjent som appellasjonsvin, dermed sliter med å treffe nye kunder som kanskje bare er ute etter å smake vin fra en drue de tilfeldigvis har hørt om. *"Konsumentene blir rådville når de ser i franske hyller. Burgund, Champagne og Bordeaux områdene har alltid, (med unntak av noen burgundere), merket hovedområdet på sine flasker. Det er bra for deres suksess. Her er vi staere enn esler og vi blir dessuten aldri enige om noe som helst"* (Intervju med en representant for profesjonell bransjeorganisasjon, mars 2008, egen parentes). Bransjestrukturere fungerer på en splittet måte noe som gjør det vanskelig for regionen å gjøre seg synlig for konsumentene på verdens vinkart. Felles AOC-Languedoc, er noe nytt som forsøkes, fordi organiseringen i AOC-områder har gjort mange av regionens viner ikke er synlige nok på verdens store vinmarked. Denne mistilpasningen mener jeg kan betegnes som en funksjonell Lock-in fordi deler av L-R sin vinbransje fungerer på en måte som ikke er tilpasset det som forventes i utenforstående markeder. Mistilpasningen til L-Rs organisasjonsstruktur, både på individuelt nivå, slik som eksempelet fra kooperativet og på bransjeorganisasjonsnivået, mener jeg kan kvalifisere til funksjonell lock-in.

En informant hadde vært invitert til en konferanse. På denne konferansen skulle viner fra et AOC område vurderes for en anerkjent fransk vinguide, med utgivelse i bokform. Poeng til de enkelte viner skulle gis av AOC-syndikatets ledere, siden de ble regnet som eksperter på området. *"Det hele var en parodi på objektiv dømming. Jeg vet hvem som kjenner hvem her nede og de som var på lag med lederne, fikk de beste bedømmelsene. Dette er jo ikke sunt for bransjen i sin helhet. Slik er det dog mange steder, det burde vært blindsmaking. "* (Intervju vinfaglig rådgiver, mars 2008). Etter å ha rettet kritikk til vurderingsformen, ble informanten aldri igjen invitert i

²⁷ www.vindepaysdoc.com

slike forsamlinger. En annen informant fortalte om en person som er medeier i et større vinfirma, som også er i ledelsen av et AOC-syndikat. *"Under enhver vinmesse som syndikatet har noe med å gjøre, blir alltid hans firma tildelt de mest synlige og tilgjengelige standene. Store som det de er, kunne de ha laget helt egne messer. Mens vi mindre produsenter havner i skyggen"* (Intervju med vingårdeier, mars 2008). I disse sammenfallene ser det ut som om lock-in har gått fra en politisk til en institusjonell eller organisasjonell form. Mens politikken har trukket seg vekk fra bransjen, har interesseorganisasjonene økt i tråd med skapelsen av AOC-områder. I dag er det tegn til usunnhet hos visse av dem. De sterke prøver å bevare eksisterende posisjon, noe som både er urettferdig og som på sikt kan fremme inkompetanse fremfor kompetanse. Dette tyder på at det kan gå mot en lock-in innad i de nye organisasjonene. Denne kan betegnes som *organisasjons lock-in*, der den fransk-tradisjonelle entreprenørskapsmodellen er et hinder for de innovative.

Rivaliteten blant Languedoc-Roussillon sine vinprodusenter finnes. Det er konkurranse mellom produsenter og mellom forskjellige geografisk definerte områder (AOC) om høyeste status. Men i tråd med favorisering og vennetjenester, samt franskmenns tro på AOC merkingen som øverste mulige kvalitetsstempel blir omstendighetene problematiske. Som nevnt tidligere er det tegn til kollektivismen og favorisering i de offisielle bransjeorganisasjonene i regionen. Ingen av informantene i mitt utvalg hadde særlig tillit til dem. De ble mest oppfattet som et overvåkningsorgan for AOC-kontroller og tvungen rapportering av resultater, dog de kunne av og til gi ut interessante statistikker og holde gode kurs, særlig for nykommere. Det som var interessant av statistikk var svingninger i eksportmarkedene slik at det gikk an for informantene å sende ut en salgsdelegasjon for igjen å fremme sine produkter der import av vin så ut til å synke. Men rivalitet blir sjeldent sunn når det foregår vennetjenester og kjente får bedre bedømmelser enn andre. Selv tror jeg på større bruk av anonymitet, slik som blindsmakinger, hadde vært godt for alle. De som hadde fått til noe bra, ville fått fortjent, anerkjennelse og de som ikke nådde ønskede høyder ville hatt noe å jobbe mot. En annen ting er det at AOC-status ofte bestrebes og at hvis man kan lage VdP som er like god eller bedre, så kunne druesammensetningen, vinifikasjonsprosessen og papirarbeid blitt forenklet for veldig mange. Rivaliteten finnes i Languedoc-Roussillon, men den har usunne trekk.

Båndene mellom de forskjellige organisasjoner er forholdsvis løse, og de fleste tiltak er ikke forpliktende. En felles AOC-merking på vinflaskene er frivillig, dog som tidligere bemerket, så har den ikke hatt særlig oppslutning hva angår 2007 årgangene fra Languedoc-

Roussillon. De viktigste kunnskapssentrene ligger i urbane miljøer, noe som gjør kommunikasjonen vanskelig for mange kvier seg mot å dra på møter for informasjon og opplæring (Intervju representant for en profesjonell bransjeorganisasjon, mars 2008). Om løse bånd i organisasjonsstrukturer er bra eller dårlig for bransjen, kan jeg ut i fra de informasjonen jeg fikk tak i ikke argumentere for eller imot.

Siden det ser ut som om økonomisk hjelp fra politiske institusjoner til vinsektoren vil forsvinne helt, så må bransjen organisere seg slik at den kan klare seg selv og overleve. Vanligvis skiller jeg mellom politiske institusjoner og private organisasjoner, men her vil jeg følge Amin og Thrift og ikke skille mellom institusjon og organisasjon. Jeg vil derfor forsøke å gjøre en sammenligning mellom de fire postulatene som ble lagt frem i teorikapittelet og funn gjort under feltarbeid.

De fire postulatene omfattet: *Nære og tette bånd mellom institusjoner og næring, høy aktivitet mellom aktørene, målrettet arbeid og fellesskapsfølelsen.* Grunnet den geografiske spredningen mellom innland og urbane sentre, som ofte ligger nær kysten, er det ofte ofte fysisk avstand mellom kunnskapsinstitusjoner og landbruksnæringen. Flere aktører kvier seg for å komme på informasjonsmøter og kurs. Bransjeorganisasjonene jeg møtte hadde hvert sitt opplæringskontor, der de kan henvise til kurs og skoler for opplæring av forskjellige deler av vinproduksjonen. Men hvis få ønsker å komme er dette problematisk. På begge kooperativene ble jeg derimot fortalt at det var godt oppmøte og en reel interesse fra vinbøndene om å ta imot råd slik at kooperativene skulle overleve. Dette stemte med hva den ene vinbonden fortalte i forhold til opplæring i dyrking av hvitvinsdruer. I tillegg fortalte den tekniske direktøren av det ene kooperativet at ledelsens egne kunnskaper var på likt nivå med det som ble gitt hos bransjeorganisasjonene. Vinbøndene som leverte til det kooperativet trengte derfor ikke å dra til byen for å gå på kurs.

Et problem knyttet til det å ha nære bånd er den kulturelle rivalitet og splittelsen som finnes i regionen. Dette forholdet forsterkes tilsynelatende, grunnet opprettelsen av de mange AOC ene, som gjør at aktører tjener mer på at deres egen appellasjon skal få god omtale enn regionen som helhet. Eksempelvis var en felles Languedoc-appellasjon uinteressant for bransjeaktører jeg snakket med. De i Roussillon syntes at det var en hegemonisk overtagelse at deres stedsnavn skulle forsvinne fra flaskeetikettene. Men bransjeorganisasjonen deres, CIVR godtok appellasjonsreglene og derfor fikk Roussillon produsenter lov til å bruke Languedoc stempelet om de ønsker det. Det at Vignerons Catalans, som representerer ”katalanske” produsenter i Roussillon bruker en merking som refererer til occitansk, viser dog

et tegn til at det brytes barrierer for å finne større samhold i regionen. Men det finnes også slike tegn siden Vin de Pays d' Oc også kan komme fra Roussillon. Målet om tydeligheten fra bransjeorganisasjonenes side er fremtredende, men arbeidet mot å nå det er ikke konsekvent siden tilslutningen er frivillig og tilfeldig.

Atmosfæren i regionen ble beskrevet for meg slik at alle var vel klare over krisen og at mange er konkurstruet, men noe særlig trygghet gjennom bransjeorganisasjonene fikk jeg ingen signaler om. Kanskje var dette fordi jeg besøkte små produsenter der ingen hadde verv i bransjeorganisasjonene. En helhetlig vurdering om trygghetsfølelser som dette ville krevd en annen type metodologi og et helt annet utvalg. Men jeg fikk inntrykk av at det innenfor hvert av appellasjonsområdene var en type samhold. Alle ønsker hverandre godt, fordi om en produsent fra appellasjonen får suksess kan det skape nysgjerrighet om resten av appellasjonen. Den samme logikken gjaldt AOC Languedoc, men den virket utrygg for mange. Ett argument mot å bruke stempelet var at det kunne virket som et desperat krisetiltak fra konkursrammede produsenter, og derfor ble det å assosiere seg med det et usikkerhetsmoment. Hvis båndene skal vær tette og nære, bør det finnes en slags konsensus blant alle aktører i vinsektoren. Noe som er vanskeligere i L-R enn eksempelvis i Skandinavia, der konsensus er et varemerke (Baldersheim og Ståhlberg 2002). Samtidig kan de tette båndene føre til ny en lock-in situasjon. Ifølge teoretien bør båndene være tette, men løse. Her er de nok heller løse og mangelen på tetthet er fremtredene. Målene, om å bli mer synlige er klare men målrettetheten er begrenset av frivilligheten til å være med eller ikke. Felleskapsfølelsen, eksisterer for Vin de Pays d' Oc produsenter og kan være på vei inn i den nye AOC-en. Fremtiden vil vise dens effekt.

Siden Amin og Thrifts fire postulater for Institutional Thickness ikke falt helt inn under utvalget mitt i L-R, vil sannsynligvis ikke alle deres 6 utfall slå til i regionen.

- *Standhaftighet* og ”aldri gi opp” stemningen mener jeg fantes hos flere av aktørene. Det var i så fall deres eget kognitive valg og ikke noe jeg kunne knytte opp til om noen institusjoner kunne hjelpe med.
- *Et felles arkiv* der aktører lærer av hverandre. Det som ble nevnt for under et intervju var bruk av statistikk ifra bransjeorganisasjonene. En av informantene mente Vin de Pays d'Oc syndikatet hadde en fin oversikt over internasjonale markeder. På denne databasen fantes det en oversikt over mange land som var kunder av VdP fra

Languedoc, en oversikt over internasjonale konkurrenter, en inndeling over hvilke priser de forskjellige land kjøpte handlet for og kjønn på forbrukerne. Dette var nyttig informasjon for å posisjonere seg på markedene. CIVL og CIVR var informantene mer skeptiske til. Som vist tidligere var det vanskelig med en fullstendig statistikk database for regionens viner. Med flere bransjeorganisasjoner og flere lokale syndikater, er det vanskelig å få en fullstendig oversikt over regionen. Dette er noe IRCVLR vil jobbe med. Ellers tror jeg det finnes slike ”arkiv” hos dyktige kooperativer og hos suksessfulle AOC-er sine syndikat.

- *Den fleksible atmosfæren* fant jeg hos noen av aktørene. Men ingen ønsket å forandre seg noe mer enn det at noen satset på å lage flere vintyper og andre satset på en bedre gjennomtenkt planting i forhold til jordsmonn. Noen ideer utenom de vanlige moderniserings- og kvalitetshevingteknikkene ble ikke funnet.
- *Innovasjoner* var også anliggende som gjaldt individuelle, det eneste som de følte at man kunne lære av andre var salgsteknikker og opplysninger om andre markeder via uformell kommunikasjon på messer. Det jeg letet etter i denne sammenheng var skapelsen av ”nye viner”, slik som Aimé Guibert gjorde med ”Mas de Daumas Gassac”, eller eksempelvis ”super –toscanere, men det fant jeg ingen tegn til i utvalget.
- *”Tillit og gjensidighet* og siste punkt, *følelsen av å være inkludert*. Det var noe gjensidighet siden man ønsket andre fra samme AOC område å lykkes for å selv kunne tjene på det. Men det var en del skepsis til AOC-syndikatene og bransjeorganisasjonene.

Organisasjonsmangfoldet (Grabher 1993) er bredt i Languedoc-Roussillon. Alle i utvalget er enten medlemmer i ulike syndikat, foreninger, organisasjoner eller tilhører et kooperativ. Vennetjenester og personlige favør er svært dagligdagse og fremtedende i regionen (Lem, 1999). På bakgrunn av dette, kan det være at organisasjonsmangfoldet ikke bør bli større, i allefall hva angår antall bransjeorganisasjoner. Allerede finnes det et 20 talls AOC syndikater (noen AOC-er som dekker samme området er under et syndikat), det finnes organisasjoner for hver lokale VdP, det finnes CIVR og CIVL og det finnes Vin de Pays d'Oc syndikatet. Det blitt skapt konstellasjoner der favorisering og personlige tjenester virker truende for en faktisk vurdering av hvem som er dyktig og ikke. Vaner og mentalitet skaper et hinder for utvikling

og sunn rivalitet. En direktør i et eksportfirma, nevnte dog at flere og flere aktører i bransjen begynner å forstå dette. Derfor regnet informanten med at produsentgrupperinger, med nye strukturer ville få mer suksess i fremtiden.

Organisasjonsstrukturen for vinsektoren er mangfoldig, ganske uoversiktilig, den fungerer tidvis som urettferdig, den er skaper ikke noe synlig sluttprodukt (enda) og den er splittet. Funksjonell lock-in virker fremtredende, men ikke grunnet rigide strukturer. Positiv feedback, vennetjenester og hierarkiet innad i disse forsterker dette.

9.1.4 Tankemessige forhold og selvforståelse

Å hevde at hele regionen sine vinprodusenter er innelåst i gamle tanker, er det ikke grunnlag for i dette utvalget. Det kom frem noen opplysninger om at noen er tankemessig fastlåst og disse vil bli tatt i betraktning.

Mange aktører i bransjen ble ikke klar over forandringene i markedene før det var for seint. De innså da at de hadde en mistilpasset forretningsstruktur. Oppkjøpere hadde i tidligere tider pleid å reise i regionen for å finne sine varer (Gavinaud-Fontaine og Larguier 2007). Salgspunkter på vingårder og i kooperativene var satt opp for å kunne motta oppkjøperne og lokale kunder. Mens vinkonsumet begynte å dale på 60 tallet, satt fortsatt vinselgere igjen på sine salgspunkt og håpet at noen ville komme deres vei. *"Vi satt og tenkte: 'hvor ble det av kundene våre?'" og skjønnte ikke at vi måtte finne våre egne kunder. Men hva kan en gjøre? I vår familie hadde vi knapt vært utenfor landsbyen. Vi turte kanskje ikke, fordi det utenforstående var fjernt for oss"* (Intervju med pensjonist og tidligere vinprodusent, desember 2007). Kooperativene er også organisert slik at de gir muligheten for den enkelte bonde å produsere druer som ikke er gode nok for å lage viner av høyere kvalitet. En teknisk direktør i et kooperativ fortalt meg at de ikke kan tvinge noen frem noe som helst. *"Vi forsøker å stimulere være medlemmer om å velge riktig drue til riktig jordsmonn og pleie plantene slik at de gir lav avkastning og gode aromaer."* (Intervju med teknisk direktør, mars 2008). Ikke alle fulgte oppfordringene fra ledelsen. Dette gav plass til mer bordvin enn det kooperativet ønsket, og druene som var tiltenkt AOC eller VdP stempelet kunne vært bedre om hver bonde plantet på den mest optimale jorda. Det virket i noen tilfeller som om det ikke alltid var en spesielt ønske om å omstrukturere sine parseller for å gi produksjonsenheten bedre produkter.

"Det dyrkes fortsatt Carignan med avkastninger på 120 hl/ha. Etter det leverer de til kooperativet og får betalt. Vinen er ikke noe god og færre og færre vil ha den. Vi lever i det postindustrielle samfunn, arbeiderne som drakk to liter per dag er borte og

vagabondene i byene bruker heller narkotiske stoffer. De (kooperativ medlemmer) handler slik det passet på 50 tallet og så klager de i dag på at vinen ikke selges". (Intervju vineksportør, mars 2008, egen parentes).

Implementering av forandringer har vist seg å være vanskelig der det ofte er frivillig om man ønsker å gjøre noe annerledes. *"Dette er den franske frihet. Gjøre ting på sin egen måte. Helst innenfor trygge rammer, i tilfelle det skulle gå galt."* (Intervju, vinfaglig rådgiver. Mars 2008). Mange fortsetter som før og lager viner som ikke lenger selges..

I stedet for å fokusere på det som det faktisk selges en god del av, som eksempelvis de større Vin de Pays d'Oc produsentene, og lære nye arbeidsmetoder, er det mange vinbønder som ønsker å gjøre slik de har lært og slik de ønsker at sine barn også skal gjøre. To av informantene nevnte for meg at de hadde spurt vinprodusenter, de følte de så potensial hos, om å gjøre noen justeringer i forhold til vinifikasjonen, slik at vinene kunne endre litt karakter. Begge ble møtt med en blanding av sinne og arroganse. De ble fortalt at de ikke visste hva de snakket om og at vinene var gode som de var. På denne måten har mange produsenter verken tatt hensyn til den nasjonale franske og den internasjonale etterspørsel. Det er nok riktig at det i regionen erkjennes at de ikke har hatt aktører som har vært proaktive nok og at de har blitt klar over dette noe sent. En eksportør fortalte meg om en kunde han har i dag, som han distribuerer vin for.

"Jeg tok kontakt med kunden fordi et av produktene interesserte meg. På salgsstedet ved vingården diskuterte vi og jeg foreslo å ta med noen flasker av hans vin til en vinmesse. Men produsenten valgte å dra til denne messen på egenhånd. Det ble en katastrofe for denne personen hadde ingen erfaring i aktivt salg og visste ikke hvordan man foreslår en handel med større oppkjøpere. Under messen ble det ingen kontrakter. Noen dager etter messens slutt ble jeg kontakten av produsenten, slik at jeg selv ved neste anledning skulle ta med noen eksemplarer av produktene." (Intervju med vineksportør, mars 2008)

Om noen har restrukturert seg så fungerer ikke en tankegangen om at bare hvis produktet er godt nok, vil kundene komme. I dagens verden ser det nok ut som om avstandene faktisk er ganske store og at man må nå ut til forbrukerne og for å tilby dem sine produkter. Videre vil de selv vurdere om de synes det godt eller dårlig. I fremtiden vil bedre kjennskap til markedet og produksjonsteknikkene det krever vil være viktig. Samtidig vil det å komme seg på banen og nå frem til eksportmarkedene bli viktig. Språkkunnskaper for bedret kommunikasjon vil også være et viktig element i forhold til utviklingen av eksportrelasjoner.

Mange har ikke tatt til seg at det er kjøpers marked i vinindustrien og at de burde drive aktivt salg, i stedet for å vente på at kundene skal komme til dem. Disse bør reflektere over hva som blir gjort av andre og hva de selv kan gjøre.

I leting etter dokumentasjoner om L-R sin vinbransje savnet jeg en analyse av de som det er naturlig å sammenligne seg med, særlig nærliggende konkurrenter burde vært fremlagt for aktørene i vinsektoren. L-R er en middelhavsregion, mens informasjonen jeg fant dreide seg om konkurranse fra den nye verden. Der har franske ønologer vært delaktige i utviklingen og de lager ofte vin på de samme druene som i L-R. Men ingen så på Frankrikes nærmeste konkurrent, Italia (Malnic et al 2004). Italia og Frankrike er de to største vinland i verden og leder begge på eksport markedene. De fleste vinene er veldig forskjellige fra hverandre og druene er ikke de samme. Men L-R har et legnende klima som en av verdens største vinland. Å hente inn kunnskaper ifra dem var ikke noe som virket aktuelt for hverken forskere, eller informanter. Det kunne skapt en dypere forståelse for bransjen muligheter og åpnet for nye tanker og muligheter ved at styrkene til denne konkurrentene aksepteres.

9.1.5 Oppsummering

Så langt i denne delen av oppgaven har det blitt vist til hvordan aktører i den regionale vinbransjen har havnet i en form for lock-in situasjon og også hvorfor den fortsatt er i en lock-in situasjon. I et regionalgeografisk perspektiv vil det være interessant å finne ut hva som kan gjøres, hva som faktisk gjøres og til slutt utlede hva som bør gjøres i regionen for å finne løsninger på vinkrisen. Det er ved å finne fruktbare forslag at det vil bli mulig for vinbransjen å komme seg ut av den vanskelige krisesituasjonen og utvikle seg på de lokale, nasjonale og internasjonale markedene. Ifølge Grabher i teorikapittelet er det flere valg som kan foretas for å kunne komme ut av lock-in. Først og fremst burde det anerkjennes fra bransjen sin side at det er gjort feiltagelser og hva disse innebærer. Videre mener jeg at det må foretas en fullverdig analyse av alle feil som er gjort, hvordan disse eventuelt kan rettes opp og til slutt finne ut hvem som er i stand til å bidra med å rette dem opp. Når dette er gjort må en også vurdere hvordan andre konkurrenter, både nasjonalt og internasjonalt, har oppnådd suksess. Til slutt vil det være mulig for regionen å vurdere egen og andres styrke og finne en fusjon som vil skape mangfold og kanskje suksess. Hvis dette skal være mulig bør også flere i opprørske Languedoc-Roussillon komme til enighet og være med på å dra lasset i samme retning.

Analysen av empirien har også vist tegn til at det finnes trekk i det organisatoriske som ligner på organisasjonslock-in. Rivaliteten kunne vært noe sunnere og friere slik at de som faktisk er dyktigst får oppmerksomheten og plassene de fortjener. Det som er vanskeligst å påvise er om de løse båndene er en styrke eller ei. Å ta i bruk ”redundancy”, eller uutnyttede krefter virker som et mer interessant og fruktbart alternativ i et regionalt utviklingsperspektiv,

der flere næringer kan tjene på å lære av hverandre og utvikle seg sammen. Dette og andre forhold vil bli nevnt i neste del av kapittelet. I L-R har paraply organisasjonen IRCVLR (Instance Regional de Concertation des Vins du Languedoc-Roussillon) blitt dannet som et samlingspunkt for mange av regionens forskjellige vinorganisasjoner. I stedet for et mangfold av institusjoner ser det ut til at de heller søkes mot å samles i større og kanskje mer oversiktlige sammensetninger. Noe større organisasjonsmangfold enn det som det allerede er, virker problematisk i en regional sektor som allerede har mange og tilsynelatende uoversiktlige organisasjoner og foreninger. Grabhers løsning om større organisasjonsmangfold ser nok ikke ut til å være en løsning som er passende i dette tilfellet.

Mange har i dag forstått situasjonen i L-R sin vinbransje, men det finnes mange som har hatt lave inntekter og som ikke har råd til å foreta seg de nødvendige omstillinger. Det kan sies å være kognitiv lock-in i L-R. Men samtidig så har de fleste vinbønder vært småfolk på landsbygda, som dyrker druer på mange små enheter. Om de hadde forutsett problemene som kom til å dukke opp, er det ikke sikkert de hadde hatt råd til å omstille seg uansett.

9.2 Handlinger for vinens fremtid i regionen

9.2.1 Nye koblinger

Det er flere uutnyttede krefter i regionen som kan hjelpe vinsektoren til å utvikle seg. Det gjelder for aktørene i regionen å finne koblinger de kan ha til andre sektorer, slik at de kan utvikle seg i fellesskap. I denne delen av analysen skal jeg først ta for meg behovet for bedre kjennskap til naturgeografiske forhold og hvordan dette vil kunne bidra til kvalitetsheving. Andre punkt vil være å vise hvordan man kan arbeide for en bedre og fornyet forretningskultur innad i vinbransjen. Etter det vil jeg se på hvordan ønoturisme og eksempelvis, ornitologiske utflukter kan trekke folk og gjøre vin fra L-R bedre kjent. Etter skal jeg se på eksportmarkedet og jeg vil avslutte med et forslag til hvordan nye løsninger kan hjelpe regionens vinbransje til å utvikle seg.

a) Naturgeografiske forutsetninger

En teknisk direktør fra et suksessrikt område fortalte meg at ett av hovedproblemene i regionen ikke bare var manglende vilje for å modernisere seg og manglende kunnskaper om internasjonale trender, men det er særlig manglende kunnskap om egen "bakgård". Kunnskapen om de forskjellige jordsmonn er ikke god nok i regionen. Derfor er det alt for

mange vinparseller som ligger på flate marker, enten på platåene eller på slettene. Som regel er det bedre drenering på skråninger og vinstokken blir ikke overfylt av vann. Da det var oppgangstider på 1800-tallet og alt som ble laget ble solgt, ønsket bøndene lettere arbeidsvilkår og ville flytte parsellene sine ned fra skråningene til slettene. Mondavikonsernet ønsket nettopp å bygge vingården sin rundt skogsdekt skråning, men de ble sterk motstand. *"Folk elsker skogen og ser det som sport å måtte gå litt oppover for å kunne nå frem. Hvis skogen lå på slettene ville det ikke hatt samme sjarm. Forøvrig er det også lettere å bygge hus og veier der, så det passer vel for mange at skogene ikke er lokalisert der."* (Intervju, teknisk direktør, mars 2008). Arv har igjen betydning, mens naturgeografiske forhold i dette tilfellet burde spilt en mer aktiv rolle i organiseringen av vinbransjen. Mange vinbønder peker ut noen områder og mener de er best egnet for å dyrke druer, men det er ofte basert på at de gav høy avkastning. *"Da vi tok over vinrankene, fant vi ut at vi måtte omorganisere hele området. Vi fikk hugget ned trær i høydene og plantet nye der bekkene samler seg. Vannet i bunnen av åskammene gav høy avkastning men lite aroma. Dette var upopulært i landsbyen. Men i dag er det ingen som nevner noe om det..."* (Intervju, eier av vingård, mars 2008) Om det finnes noen deler av bransjeorganisasjonene som tar seg av slikt fikk, jeg ikke spurt om, siden jeg ble klar over problematikken etter å ha besøkt dem. To av informantene fra private vingårder som snakket om dette, hadde selv leid inn et konsulentselskap for å få analyser om jordsmonnets tilstand og kvalitet.

b) Forbedret forretningskultur

Et annet problem i forhold til å finne uutnyttede potensielle krefter og sette disse i sving for å utvikle bransjen, er nødvendigheten med å få inn nye og dyktige forretningsfolk. Mange vinbønder og gårdeiere kunngjør at de ikke har noen arvtager (INSEE 2006a). Grunnet bransjens vanskeligheter den senere tid har det vært problematisk å rekruttere unge forretningsfolk med energi og nye ideer. Men frykten unge individer må ha for å satse på denne sektoren er forståelig og det er forståelig at forretningsfolk kan ha satset på andre sektorer for å kunne gjøre suksess. SupAgro, landbrukshøyskolen i Montpellier, sitt Centre International d'Études Supérieures en Sciences Agronomiques, tilbyr en Mastergrad i "Wine Management" og ønsker å kunne utdanne unge mennesker slik at vinbransjen skal få oppleve ny dynamikk. Siden oppkjøpere ikke lenger saumfarer regionen for å finne vin, og den eldre garde kvier seg for å reise ut av regionen er det blitt viktig å finne unge, dynamiske og gjerne språkkyndige personer som kan knytte båndene mellom produsenter og kunder. Et tettere samarbeid mellom næringsliv og vinbransje blir en naturlig selvfølge for næringens ve og vel.

c) Profesjonaliseringen av turistnæringen

Vinturisme, har blitt diskutert tidligere i oppgaven. Kanskje vil denne bransjen bli mer kompetent etter at Universitetet i Nîmes og landbrukshøgskolen Nîmes-Rhodilhan valgte å opprette en "License" i ønoturisme²⁸. Åpningen for studiet blir høsten 2008. Denne "License", som tilsvarer tredje og siste året i en norsk bachelorgrad, skal ta imot studenter med toårige grader i vitikultur, ønologi, vinhandel, reiseliv og også litteraturvitenskap, språk, kunst, biologi og kulturellkommunikasjon. Et bredt spekter av studenter vil derfor kunne oppnå kunnskap om vinturisme og også bidra med det de tidligere har lært. Problemet kan være at skolen ligger i Gard fylke og faren er at "Costière de Nîmes" syndikatet og bransjeorganisasjonen "Inter Rhône" kan greie å skape bedre samarbeid med skolen enn det noen i L-R klarer. Da vil tiltaket styrke Rhônedalens vin- og turismenæring og ikke den, ellers i Languedoc-Roussillon.

9.2.2 Eksportmarkedet

Å definere vinbransjen innefor rammen av Hendersons (2002) og Coe et. al sine (2004) globale produksjonsnettverk er vanskelig siden vinen er et lokalt forankret produkt og kun lokale krefter produserer det ferdige produktet. Indirekte er kan traktorer, kjemisk gjødsel, sprøytemidler, inoxtanker, eiketønner og flasker være importerte varer, men det er ikke fokus her. Regioners integrasjon i globaleproduksjonsnettverk, ofte gjør at regionen oppnår ny kunnskap ifra eksterne aktører vil jeg til slutt foreslå hvordan vinbransjen kunne oppnådd ny kunnskap og større produktmangfold. Internasjonalt salg av vin og tilganger til markeder skjer via distribusjonsnettverk og derfor har jeg valgt å redefinere globale produksjonsnettverk til globale distribusjonsnettverk.

Eksport er svært viktig for vinsektoren. Ifølge bransjeorganisasjonene har salget hatt nedgang for alle typer AOC vin, mens Vin de Pays D' Oc har hatt vekst og klart å selge 75 % av de 4 788 162 hektoliterne som kom ut av 2004-2005 kampanjen²⁹. En informant, med over 40 års erfaring, fortalte om manglende kunnskaper om internasjonale markeder og trender og at alt for mange holder på gamle produksjonsmetoder og ikke er åpne for å skape annerledes produkter. Som en informant, som jobber med eksport fortalte meg, så er mange i L-R, blinde for kundens smak og de satser på at kunden vil like deres produkt. *"Mange viner her i området har en markant tørr ettersmak, som passer fint for å balansere våre saftige sauser. Men hvis*

²⁸ http://www.vitijob.com/vin_actualites.php?article_vin=53971

²⁹ <http://www.vindepaysdoc.com/vpo.pdf>

*vinflasken skal drikkes foran peisen, som de ofte gjør i Nord-Europa, så passer ikke dette med deres vaner". (Intervju, eksportør, mars 2008). To informanter som drev med eksport fortalte om mangelen på kunnskap om utenforstående markeders smak og behag. Mange holdt derfor på tradisjonelle måter å lage vin på og mislyktes i sin eksport. Om slike viner skulle treffe noen må det være direkte pekt ut mot eventuelt restauranter som lager passende mat, og ikke markedet for trivielle konsumenter. Mangelen på engelskkunnskaper frembringer også problemer og upopularitet der verden skal være åpen og ikke lukket. Imidlertid finnes det store oppkjøpere og produsenter som har lyktes vel, særlig de som har Vin de Pays d' Oc på sitt repertoar. Firmaer som J.P. Chenet, Skalli og Gerard Bertrand er giganter på de internasjonale eksport markeder. I følge Det Norske Vinmonopols statistikker de legger ut på internett, er det J.P. Chenet som er mestselgende vin i Norge siden 2004. Denne produsentens Vin de Pays d' Oc, en Cabernet-Syrah (to druer), leder fortsatt statistikken første kvartal 2008. Disse selskapene har internasjonal erfaring med enormt kommunikasjons- og salgsapparat. Kunnskapen om hvordan komme inn på store markeder og hvordan kjøpe opp vin fra diverse produsenter er deres styrke. En annen fordel disse selskapene ofte har er at de har gode kontakter innen pressen. En P-R (public relations) ansvarlig ved en vingård eid av et Bordeauxbasert selskap som lager AOC, fortalte at de kjente godt til pressen og hadde kommet i kontakt med dem etter at de gjorde et oppkjøp i L-R. *"Vi plantet om alt, så nå er vinstokkene unge og ikke helt på sitt beste. Kritikken har dog vært god, så bare vent om 10 til 20 år. Det vil bli en vin i verdensklasse". (Telefonintervju, april 2008). Store selskaper og dynamiske småentreprenører som forstår de utenlandske markeder og vet hvordan man når ut til dem, er viktige for utviklingen av vinbransjen i L-R. For det første så tjener de inn penger til regionen, men de skaper attraktivitet og ogd P-R for regionen som helhet. De som ikke klarer å komme inn på globale distribusjonsnettverk på egenhånd har mulighet til å finne et privateid eksportkontor, som det som ble ledet av en informant.**

Ny teknologi har blitt brakt inn i L-Rs vinsektoren. Noen utenforstående aktører verd å nevne er Lafite, en stort vinhus fra Bordeaux, som har gjenskapt Château d'Aussiere med en lokal partner i Aude³⁰. AXA Millesime, vinseksjonen av et større forsikrings- og finansieringsselskap som har skapt Château Belles Eaux i Hérault³¹ og M. Chapoutier som har kjøpt opp Bila-Haut i P-O og kommet inn på 80 plass av verdens beste viner 2006 i regi av Wine Spectator³². De har kommet inn med kapital, teknologi og eksperimenteringsvilje i

³⁰ http://www.lafite.com/en/php/vins/7_2_1.php?id_chateau=48

³¹ http://www.mas-belleseaux.com/belleseaux_fr.pdf

³² http://www.winespectator.com/Wine/Free/Current_Issue_New/0,4647,253,00.html

forhold til det å finne rett jordsmonn til riktig type drue. Samtidig er dette aktører med stor kapital til rådighet. De kan foreta seg investeringer det ville vært vanskelig for den gjennomsnittlige vingården i området å ta sjansen på. Disse store vinhusene har også kontaktnettverk som er verdensomspennende. De har kontakt med de store salgskjedene og mediene som bedømmer vin. Dette er, og vil sannsynligvis bli veldig viktig for at regionens vin skal integrere seg tettere i globale distribusjonsnettverk.

9.2.3 Nye løsninger?

Den fransk-tradisjonalistiske entreprenørskapsmodellen virker komplisert og ekskluderende for utenforstående. I en verden der det ser ut til å være populært med innovasjon, nyskapning og liberale holdninger til standarder og regelverk, får franskmenn ofte dårlig rykte og negativ anseelse (Informant, vinfaglig rådgiver, mars 2008). Båndene er også så faste at innovasjoner kan være vanskelig å få til. En innovativ entreprenør som skaper en bedre vin enn andre konkurrenter kommer kanskje ikke med i bøker som driver vurderer vin. Modellen virker utelukkende for fremmede, også i forhold til å finne ny inspirasjon og informasjon. Men denne type konstellasjon kan virke som en beskyttelse mot overdådige utenforstående oppkjøp, slik mange fryktet Mondavi Corporation skulle gjøre. Noe som er interessant i regional økonomisk sammenheng er at det er populært å trosse regler og skape noe bra på egenhånd, slik som det ble gjort i Italia med "super toscanere" på 60 og 70 tallet (Malnic et. al 2004). Der ble Merlot og Cabernet Sauvignon, franske druer, introdusert.

Det er ikke lov å plante og kommersialisere vin med utenlandske druer i Frankrike. Et forhold jeg mener kan være et problem for L-R, om de skal kunne utvide sitt produkt sortiment. For å finne et forslag til vinbransjen i Languedoc-Roussillon, skal jeg velge å foreta en abstraksjon. L-R er en fransk region, men er lokalisert ved Middelhavet. Italia er et middelhavsland, som gjør det stort i vinbransjen. De har mange forskjellige drue typer og sammensetninger, men har også oppnådd popularitet, med å blande inn utenlandske druer. Siden L-R er en middelhavsregion, kunne denne gjort det samme og nye viner og nye lokalsæregne produkter kunne sett dagens lys. Ved å se på et empirisk eksempel i fra en italiensk vinselger, vil jeg komme frem til et forslag, som jeg mener kan være nyskapende for L-R-

På en vinsmaking arrangert i Oslo jeg var med på, var det blant annet en italiensk

produsent fra Toscana. Produsenten hadde tradisjonelle Toscanaviner, en vin laget av druer fra både Languedoc-Roussillon, Rhône dalen og Bordeaux, samt en vin som var en blanding av italienske og franske druer. Sortimentet gav en vin av tradisjonelle italienske druer, en av tradisjonelle franske druer og en blanding av begge delene. Den første var merket med den italienske opprinnelsesgarantien D.O.G, og det andre var hverken landviner eller D.O.G, så de ble eksplisitt kalt "Vino de Tavola", bordvin. Da jeg spurte om fordelene med å jobbe med så mange druetyper svarte han at de kunne omtrent hvert eneste år lage en "Cuvée" (vintank) med gode blandinger. Eksempelvis kunne et år gi veldig gode druer hos Grenache, Cabernet-Sauvignon- og Sangioveseplantene. Mens det samme året kunne være dårlig for Merlot og Canailo. Da valgte vinhuset sin prestisjeblanding med hensyn til dette og ikke med hensyn til diverse appellasjonslover. Navnet til vinhuset var det som vekket tillit hos konsumentene og ikke diverse lover laget av byråkrater. Jeg ble fortalt at toscanerne hadde åpne sinn og likte å eksperimentere. Franskmenn var visst mer lukket, selv om det var de som hadde eksportert mye av den moderne vinifikasjonsteknologien til Toscana. Jeg tror i slike tilfeller at L-R produsenter som har et klima som ligner mye på det Nord-Italienske kunne plantet druer derifra og skapt viner som aldri før har vært sett. For å gjøre det hele sikrere kunne de også ansatt italienske ønologer. Problemene med dette ville vært den kulturelle motstand mot slike prosjekter. Det ville vært vanskelig for franskmenn generelt å innrømme at de kunne trenge hjelp fra utenforstående for å skape noe som er nytt, og muligens bedre enn det de ofte er vant til. Innhenting av utenforstående kunnskap har nådd frem til Vin de Pays d' Oc produsenter, men er begrenset av en nasjonalistisk og beskyttende tanke om at det er tryggest å satse på egne måter å gjøre ting på. Vin de Pays d' Oc lager fortsatt kun landvin på franske druer. Redselen for å tape ansikt kan også være en begrensende faktor. Siden Frankrike har eksportert vinteknologi til omtrent alle verdens produsenter (Malnic et. al 2004), så er de veldig stolte av dette. Kanskje de vil føle seg mindreverdige om noen fra andre land kom og lærte dem om planting, stell og vinifikasjonsprosesser med andre druetyper. Men nye vintyper ville økt produksjonsmangfoldet og vist L-Rs produsenter med et moderne og åpent bilde i en verden der innovasjon og nyskapning er viktig for utvikling.

9.2.4 Oppsummering

Ønsket om å benytte uutnyttede krefter, eller heller synergier er kommet tydelig frem. En bedre kartlegging av alle typer jordsmonn, og testing av disses fruktbarhet ville gjort planleggingen av bransjen lettere, og kvalitetshevingen ville blitt mer optimal. Arealplanleggere, som for eksempel samfunnsgeografer, bør være åpne for eventuelle råd de

ville søkt hos personer med ekspertise på feltet. Dessverre for regionen virker dette som noe som måtte gjøres på privat initiativ. Ønsket om å forbedre de foretningmessige delene av vinbransjen finnes også ved at det er opprettet en Mastergrad i vinhandel. Den vil kunne skape dyktige ledere som kan være til god hjelp for næringen. Turismen har stort potensial og profesjonell promovering av middelhavs-livstilen, som innbefatter kulinariske- og vinopplevelser, og ikke bare bading og soling, er viktig for utviklingen og opprettholdelsen av vinbransjen. Det har foregått en del modernisering i bransjen, og nye aktører er viktige bidragsyttere til å få regionens vin inn på globale distribusjonsnettverk. Innovasjon er viktig, og nye løsninger kan skape nye markedsmuligheter for vinen ifra L-R. Vanskelighetene kommer når dette skal organiseres og koordineres. Det er fortsatt manglende konsensus på regionalt plan, og mangelen nye ideer kan være et hinder for dette.

10. Konklusjon

Denne oppgaven har tatt for seg vanskelighetene som vinbransjen i Languedoc-Roussillon står ovenfor. Målet har vært å analysere historiske forhold som har brakt den dit den er i dag og forsøke å finne ut hva aktører i bransjen gjør, for å komme seg ut av den ugunstige situasjonen og bevare sitt næringsgrunnlag. Dette har, gjennom oppgavens gang, blitt gjort ved at to problemstillinger har blitt trukket frem;

- 1) Hvilke historiske hendelser og hvilke årsaker ligger bak det faktum at vinbransjen i Languedoc-Roussillon, i dag, er i en krisesituasjon?
- 2) Hvordan responderer aktører i vinbransjen på krisen, hva gjør de for å modernisere bransjen og hvordan arbeides det med å tilpasse seg dagens vinmarked?

For å danne et vitenskaplig rammeverk til besvarelsen av problemstillingene, har jeg brukt flere teorier. Først dannet jeg et vitenskapsteoretisk grunnlag som kunne beskrive samspillet mellom strukturer og hendelser i det globale økonomiske system. Videre ble det vist til teori som kan forklare årsaker til nedgang og kriser i regionale næringer. For å finne ut hvordan næringer kan komme seg ut av kriser brukte jeg tre teorier. To av dem hadde både komplementære og motstridende elementer i seg, hva angår organisering. Den siste omhandlet intergrasjon i globale produksjonsnettverk og ble rekonseptualisert til globale distribusjonsnettverk, for å være mer operasjonaliserbar. På slutten av teoridelen brukte jeg en sammenlignende entreprenørskapsmodell med den hensikt å forklare hvordan kulturer er med på å skape mistilpasninger, men også bevaring og forsvarsstrategier.

Arbeidshypotesen som ble utledet fra teoriene og som ble brukt i oppgaven er som følger:

Languedoc-Roussillon sin vinbransje har fulgt en sti-avhengighet, som fører den inn mot en lock-in situasjon. Bransjen kan unngå lock-in hvis den følger Grabbers "motgifter" mot lock-in, hvis den arbeider for større "institutional thickness" og hvis den satser på å integrere seg i globale distribusjonsnettverk. I forsøket på å unngå lock-in vil den fransk-tradisjonelle kollektivistiske modell vil være et hinder for at aktørene i vinbransjen skal klare å utvikle og modernisere seg.

10.1 Funn og videreutvikling av arbeidshypotesen

a) Markedsforhold

Først og fremst har vinbransjen i L-R problemer fordi den skaper produkter som ikke finner sin plass i markedene. Det franske vinkonsum har sunket og det drikkes ikke like mye bordvin som før. Kvalitetshevingen har fungert i forhold til landvin, mens AOC vinene tilfredstiller ikke kravet om tydlige og lett gjenkjennelige produkter, og de fleste av dem har ikke klart å oppnå stort internasjonalt renommé. I tillegg til dette har den internasjonale konkurransen i bransjen gjort at mange vinregioner kjemper om de samme markedene. Det har derfor vært vanskelig for regionens vinbransje å henge med på de globale markedsforandringene.

b) Regionale og organisatoriske forhold

Regionen er har en splittet identitet. Dette forhindrer regional koordinasjon og det bidrar til å forsterke utydeligheten til produktene. Det er mange organisasjoner og instanser i bransjen og det å få oversikt over bransjen og hvordan den fungerer, kan være vanskelig. Det har vært mangel på samhold i regionen og dette har svekket den i forhold til det å tilpasse seg moderniseringskrav. Men i dag forsøker bransjeorganisasjonene å jobbe mer samlet enn de har gjort tidligere i et forsøk på å overkomme krisen.

c) Historiske forhold

En gang var dette en anerkjent vinregion, som i lange tider har solgt vin langt utenfor sine grenser. Men når Languedoc-Roussillon, ble angrepet av vinlusen "phylloxera", så stupte regionens inntekter. På samme tid begynte vinbransjen i andre deler av verden å se dagens lys. For å hente seg inn igjen fra vinlusens herjinger, plantet vinbøndene druer med størst mulig avkastning og lav kvalitet. Politikerne valgte å støtte opp om samholdstradisjonen som eksisterte i Languedoc-Roussillon, og institusjonaliserte et system som gjorde det tryggest å satse bordvinsproduksjon. Kooperativer og små enheter ble grunnlaget for den lokale vinbransjens produksjonsstruktur. Da fallet i bordvinskonsument til Frankrike ble truende for regionens vinbransje, kom kravene om kvalitetsheving og behovet for å eksportere. Dette skjedde i tråd med at vinregionene, som ble oppdaget under phylloxeraens tid fikk internasjonal oppmerksomhet. I dag som mønstrene for vinkonsum har endrer seg, mangler mange av regionens vinprodusenter kvalifikasjonene og finansieringsmidlene som kreves for å lage populære kvalitetsviner. De som har disse midlene og som lager kvalitet, lider av rykte

om den umoderne og opprørske bordvinsregionen, som Languedoc-Roussillon har blitt påført.

d) Moderniseringsforhold

Det har skjedd mye i forhold til å modernisere bransjen. Nyplanting av bedre druesorter har vært et av de store tiltakene og har gjort bransjen mer kompetent på kvalitetsfronten. I tråd med konkurser og parseller som rives, har det vært en stor prosess med sammenslåinger av enheter i regionen. Denne har gjort at mer stordrift ser dagens lys og at store mengder vin kan leveres til en konkurransedyktig pris, og det er muligheter for en større tilstedeværelse på nasjonale og internasjonale vinmesser. Det har også kommet mange investorer til regionen og disse er med på moderniseringsprosessen. Vinbransjen i Languedoc-Roussillon satser også på samarbeid med mer suksessfulle næringer. Det har blitt skapt vinturistiske reisemål, et vinturisme akademi og et studie for "wine management".

Funnene i oppgaven viser at:

Languedoc-Roussillon sin vinbransje har fulgt en sti-avhengighet, som har ført den mot en lock-in av bordvinssektoren. Bransjen har modernisert seg og blitt kompetent på landvin-fronten, men AOC vinene sliter på med å få solgt sine produkter og risikerer å havne i en egen sektoriell lock-in. Dette skjer fordi det finnes elementer av funksjonell-, kognitiv- og organisasjons lock-in hos produsenter og i organisasjonene. Bransjen kan unngå lock-in hvis;

De nye organisasjonsformene viser seg å være effektive.

Kombinasjoner med andre næringer blir en suksess.

Lokale aktører og investorer klarer å integrere flere produkter i globale distribusjonsnettverk.

Den fransk-kollektivistiske modell kan tilpasses og flere aktører våger å hente inspirasjon og idéer ifra nærliggende konkurrenter.

10.2 Muligheter for videre forskning

Siden denne oppgaven dekker mange forhold i vinbransjen i L-R, er det flere muligheter for videre forskning.

- I et organisatorisk perspektiv kan man, på sikt, finne ut om en felles AOC og innføringen av IRCVLR (Instance Regional de Concertation des Vins du Languedoc-Roussillon) vil ha en samlende eller splittende rolle i regionens vinsektor.
- Studier av kooperativer og produsentgrupperinger kan være interessante for å se på hvordan samhold fungerer i forhold til store markeder og endrede krav til ferdigproduktene.
- Urbanister og landbruksgeografer kan studere samspillene som utarter seg i grenselandet mellom de urbane og rurale miljøene.
- Studier av landbruksturisme kan studeres, i et perspektiv for regional næringsutvikling.
- Innovasjon og regional utvikling, kan studeres i forhold til produktutviklinger
- Opplæringsavdelingene til både bransjeorganisasjonene og til kooperativene vil også kunne være et interessant felt, innenfor rammen av regionale læringsnettverk.

Oppgaven har handlet om en vinregion i vanskeligheter. Hva som hender videre vil avhenge av faktorer som er nevnt i denne oppgaven og kanskje noen som ikke er nevnt. Det kan bli spennende å følge med på utviklingen av regionens vinbransje i fremtiden. Det er mye å ta tak i og alle involverte; vinbønder, tekniske ansatte, arbeidere, administratorer, selgere, politikere og forskere vil spille en viktig rolle i dens utvikling.

Litteraturliste

Allen J, Massey D og Cochrane, A. (1998). *Rethinking the Region*. Routledge. London

Asheim B.T. (2006) Economic geography as (regional) context. I: *Past, Present and Future of Economic Geography*. Sharmistha Bagchi-Sen and Helen Lawton Smith. Routledge, London.

Lastet ned fra:

[https://blyant.uio.no/links/files.phtml/1545163581\\$/Undervisning/economic+geography+as+regional+contexts_+asheim_prsent_5D.pdf](https://blyant.uio.no/links/files.phtml/1545163581$/Undervisning/economic+geography+as+regional+contexts_+asheim_prsent_5D.pdf)

Aylward D (2006) Innovation lock-in: unlocking research and development path dependency in the Australian wine industry. *Strategic Change* .p-p 361-372.

Aylward D (2007) Fault Lines: Emerging Domains of Inertia within the Australian Wine Industry. *Prometheus*. Vol 25 nr. 1 pp 86-98

Baldersheim, H. & Ståhlberg, K. (2002). *From Guided Democracy to Multi-Level Governance: Trends in Central-Local Relations in the Nordic Countries*. Group Volume 28, Number 3/Fall 2002. pp 74 - 90. Routledge.

Brugiere F & Barrachina R (2004). *Vignes et vins du Languedoc-Roussillon*. Conseil de direction de l'ONIVINS- Montpellier- Vinisud.

Cloke et al. (2004) *Practising Human Geography*. Sage. London

Chevet J-M. (2003) Le rôle des caves cooperatives dans le regroupement de l' offre en France au XX. siècle. INRA-Corela prosjektet.

Lastet ned fra: www.ivry.inra.fr/corela/wp/ChevetWP0412.pdf, februar 2008.

Chiffolleau Y et al (2005) “*Conditions socio-économiques du développement de l'Appellation Régionale “Languedoc”*”. Rapport d'étude à destination du CIVL. Montpellier

Coe et al (2004) 'Globalizing' regional development: a global production networks perspective. *Transactions of the Institute of British Geographers*, pp. 468-484

Cooke P. (Ukjent). *Social Capital in the Learning Region*. University of Wales. Storbritania.

Lastet ned fra:

<http://www.rtsinc.org/learningnow/cooke.doc>.

Dicken P et al. (2001) Chains and networks, territories and scales: towards a relational framework for analysing the global economy. *Global Networks* vol. 1, 2 pp 89-112.

Dicken P (2003) *Global Shift: reshaping the global economic map in the 21st century*. Guilford press. New York

Eich-Born M & Hassink R (2005) On the battle between Shipbuilding Regions in Germany and South Korea. *Environment and Planning*. A 37, pp 635- 656

Eriksen T.H. (2001). *Små steder – store spørsmål. Innføring i sosialantropologi*. Universitetsforlaget, Oslo.

Field S. (2004). Minervois La Livinière: A blueprint for the future of the Languedoc? *Journal of Wine Research*. Vol 15. pp 227.243

Garcia-Papet M-F (2003) Dynamics of Market and Classification. Vin de Pays or Grand Cru? *Research Networks 6. Economic Sociology*. INRA-CSE/EHESS.

Garcia-Papet M-F (2004) Le marché de l'excellence: le classement des grands crus à l'épreuve de la mondialisation. *Dossier Gènèse*. No. 56 pp- 72-96

Gavinaud-Fontaine G & Larguier G (2007). *Le vin en Languedoc et en Roussillon. De la tradition aux mondialisations. XVI-XXI siècle*. Trabucaire. Canet-en-Roussillon

George P & Verger F (1996) *Dictionnaire de la Géographie*. Presse Universitaire de France. Paris

Grabher G (1993) *The Embedded Firm: On the sosioeconomics of industrial networks*. Routledge London.

Grabher G (2005) Switching Ties, Recombining Teams: Avoiding Lock-in Through Project Organisation. I Fuch G og Shapira P (ed). *Rethinking Regional Innovation and Change. Path dependency or regional breakdown*. Springer. New York.

Henderson J, et al. (2002) Global production networks and the analysis of economic development. *Review of International political Economy* 9: 3, pp 436-464

Hesselberg J. (1998). *Spørreundersøkelse og intervju i utviklingsland. En guide for hovedfagsstudenter*. Occasional Paper nr.25, Samfunnsgeografi. Unipubkompendier. Oslo.

INSEE (2008). *L'année économique et sociale 2007. Groupement de la statistique publique en Languedoc-Roussillon*. Montpellier.

Isaksen A. (2003). Lock-in of Regional Clusters: The Case of Offshore Engineering in the Oslo Region. I Fornahl D og Brenner T (ed.) *Cooperation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems*. Elgar Publishing. Cheltenham.

Jarrige F. (1999). *La place de la viticulture dans la construction des territoires périurbains de Montpellier: enjeux et émergence de processus de concertation*. Arbeidsdokument for arbeidgruppen "Espaces périurbains 1". Le Croisic 8-10 desember.

Jarrige F. (2004). Les mutations d'une agriculture méditerranéenne face à la croissance urbaine : dynamiques et enjeux autour de Montpellier. *Cahiers d'études et de recherches francophones / Agricultures*. Volume 13, Numéro 1, pp 64-74.

Johnston R.J, et al. (2000). *The Dictionary of Human Geography*. Blackwell Publishing, Oxford.

Jonas A.E.G. (2006) Pro scale: further reflections on the 'scale debate' in human geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*

Jones A. & Clark J. (2000) Of Vines and Policy Vignettes: Sectoral Evolution and Institutional Thickness in the Languedoc. *Transactions of the Institution of British Geographers* vol:25 .pp 334-353.

Jones A (2003) 'Power in place': viticultural spatialities of globalization and community empowerment in the Languedoc. *Transactions of the Institute of British Geographers*. vol 28 (3), pp 367-382.

Keating M. et. al. (2003) *Culture, Institutions and Economic Development*. Edward Elgar Publishing limited, Cheltenham. Storbritania.

- Kearns, R.A. (2000). Being there: Research through Observing and Participating. I Hay I. (ed). *Qualitative Research Methods in Human Geography*. Oxford University Press, South Melbourne.
- Lockshin et al (2001) Segmentation by Involvement or Nationality for Global Retailing: A Cross-national Comparative Study of Wine Shopping Behaviours. *Journal of Wine Research*. 12: pp 223-236
- Lem W. (1994) Class Politics, Cultural Politics: Expressions of identity in rural Languedoc, France. *Critique of Antropology* 1994. pp 393-417.
- Knox T.M (1998) Organization Change and Vinification Cooperatives in France's Midi. *Department of Economics Paper Series*. Working Paper 1998-04
- Lem W. (1999). *Cultivating Dissent: Work, Identity and Praxis in Rural Languedoc*. State University of New York Press. Albany.
- Malnic E et al. (2004) *Bien connaître et déguster le vin*. Editions Solar. Paris
- Marchesnay M (2002) *Individual and collective entrepreneurship for SMEs: The case of "French Exception"*.
Lastet ned fra: http://www.igw.unisg.ch/rencontres/band2002/D_06_Marchesnay.pdf
- Martin R. & Sunley (2006). Path Dependence and Regional Economic Evolution. *Journal of Economic Geography* vol. 6. pp. 395–437
- Marston S.A et al. (2005). Human geography without scale. *Transactions of the Institution of British Geographers*.
- O.J Skog. (2000) *Å forklare sosiale fenomener*. Gyldendal Norsk Forlag. Oslo
- Orguez & Petric (2007) Le vin et l' Europe: Métamorphose d' une terre d' élection. Notre Europe: Penser L' unité européenne. *Reconnaitre ce qui nous lie: l' Identité européenne*. Etude de cas n.1
Lastet ned fra:
http://www.notre-europe.eu/uploads/tx_publication/BATE_R56_light_01.pdf
- Paul H.W (1996). *Science, Vine and Wine in Modern France*. Cambridge University Press. Storbritania.
- Peet R (1998) *Modern Geographical thought*. Blackwell. Storbritania.
- Préfecture de la Région du Languedoc-Roussillon (2006a) *Actions engagées pour répondre à la crise viticole*. Montpellier.
- Préfecture de la Région du Languedoc-Roussillon (2006b) *Contexte Général de la viticulture en Languedoc-Roussillon*. Montpellier.
- Storper M, (1997). *The Regional World*. The Guilford Press. New York.
- Veggeland N, (2000). *Den nye regionalismen: europeisk integrasjon og flernivåstyring*. Fagbokforlaget. Bergen
- Scheel B.R (2003). *Chilensk vinbransje i en regional og internasjonal kontekst*. Mastergradsoppgave. Universitetet i Oslo.
- Thagaard, T. (1998). *Systematikk og innlevelse*. Fagbokforlaget, Bergen

Thrane C. (2004). In Defence of the Price Hedonic Model in Wine Research. *Journal of Wine Research*. vol. 15:2. pp 123-134

Torrès O & Blandin P (2004) *Un cas d'entrepreneuriat comparé France – Etats-Unis : l'affaire Mondavi*.

Lastet ned fra:

<http://www.oliviertorres.net/travaux/pdf/ot16acad02.pdf>

Torrès O (2005). *La Guerre des Vins: l'affaire Mondavi*. Dunod. Paris.

Vandecandelaere E. (2002) *Des "réseaux territoriaux" comme outil de promotion de produit de qualité: l'analyse "des routes des vins" en Languedoc, Mendoza et Western Cape*. INRA-Montpellier.

Van Leeuwen C og Séguin G (2006) The Concept of Terroir in Viticulture. *Journal of Wine Research*. Vol 17 nr 1. pp 1-10

Viniflor (2007) Synthèse régionale. Espace Vin. Languedoc-Roussillon.

Yeung, H.W. (1997). Critical realism and research in human geography: a method or a philosophy in search of a method?. *Progress in Human Geography*. 21,1 pp 51-74

Liste over figurer

Figur 2.1 Sammenhengen mellom hendelser, strukturer og mekanismer.....	17
Figur 3.1 Typer forskning.....	33
Figur 3.2 Svakheten til intensive studier.....	35
Figur 4.1 Det franske klassifiseringssystemet (med Languedoc-Roussillons Vin de Pays inndeling). Kvalitet etter regelverk.....	56
Figur 4.2 Det amerikanske klassifiseringssystemet. Kvalitet etter markedspris.....	56
Figur 7.1 Organisasjonskart over institusjoner, som er med i oppgaven.....	81

Liste over tabeller

Tabell 1.1 Oversikt over nedrivningsplanen for sesongen 2006-2007.....	11
Tabell 1.2 Oversikt over nedrivningsplanen for sesongen 2007-2008.....	11
Tabell 1.3 Utviklingen i produksjonsenheter, ansettelses og produksjonsverdi, Languedoc-Roussillon 2000 til 2005.....	12
Tabell 1.4 Utviklingen av eksportmarkedet for AOC-vin L-R 2005 til 2006.....	13
Tabell 2.1 En sammenligning mellom kollektivistisk og liberalt entreprenørskap.....	30
Tabell 4.1 Utviklingen av mønsteret for vinkonsum i Frankrike (1980-2005).....	52
Tabell 4.2 Typer vinforbruk fordelt på alder. Frankrike 1980.....	53
Tabell 4.3 Typer vinforbruk fordelt på alder. Frankrike 2005.....	53
Tabell 4.4 Utviklingen av det franske vinkonsum etter type vin.....	54
Tabell 5.1 Brutto intern produkt per person 2006.....	51
Tabell 5.2 Brutto intern produkt.....	62
Tabell 7.1 Produksjon i hektoliter etter vintype per fylke. Languedoc Roussillon 2005.....	76
Tabell 7.2 Prisindeks per vintype i L-R 2002.....	78
Tabell 8.1 Sammenligning mellom tilbudet i Frankrike og Languedoc-Roussillon i 2003....	87

Appendiks

Godkjenning for bruk av opphavsbeskyttet tabell.

Subject: RE: Copyright et Mastère en Geographie humaine en Norvège
From: "Michel REMONDAT" <michel.remond@vitisphere.com>
Date: Sat, May 10, 2008 00:56
To: francimy@student.sv.uio.no
Cc: contact@vitisphere.com
Options: [View Full Header](#) | [View Printable Version](#) | [Download this as a file](#) | [Add to Addressbook](#) | [View Message details](#)

Bonjour,
Merci de l'intérêt que vous portez à Vitisphere.
Vous pouvez utiliser ce graphique pour votre travail en Mastere.
Si cela est possible merci de citer les sources ex: [source vitisphere.com]
Je vous souhaite le succès.
Michel REMONDAT
Vitisphere

-----Message d'origine-----

De : francimy@student.sv.uio.no [mailto:francimy@student.sv.uio.no]
Envoyé : vendredi 9 mai 2008 16:45
À : contact@vitisphere.com
Objet : Copyright et Mastère en Geographie humaine en Norvège

Bonjour.

Avec ceci, je souhaite vous demander la permission d' utiliser votre graphique dans mon Mastère en Geographie Humaine à l' Université d' Oslo, Norvege.

Le graphique qui m' interesse est celiu sur la page:

http://www.vitisphere.com/dossier.php?id_intertitre=49363&id_dossier=49175

Il concerne l' évolution des tendances de consommation de vin en france, il est donc tres utile pour le développement d' un de mes résonnements pour expliquer la crise de vin qui concerne le languedoc-Roussillon.

Francis Myrstad, Oslo, Norvège.

Oversikt over informanter

Vinbonde. Medlem av et kooperativ. Desember 2007. Mars 2008

Pensjonert vinbonde, fra en nedlagt gård. Desember 2007. Mars 2008

Arbeider. Svart ansatt for å spare vinbonden for avgifter. Mars 2008

Leder for en produsentgruppering. Vineksportør. Mars 2008

Representant for en profesjonell bransjeorganisasjon. Mars 2008

Vingårdeier. Lokalt, nasjonalt og internasjonalt marked. Mars 2008

Vingårdeier. Lokalt marked. Mars 2008

Vinfaglig rådgiver. Eksportør og arrangør av vinturer. Mars 2008

Teknisk direktør. Vinkooperativ. Mars 2008

Representant for en profesjonell bransjeorganisasjon. Mars 2008

Teknisk direktør. Vinkooperativ. Mars 2008

Selger. Matvarekjede. Mars 2008

P-R ansvarlig. Investeringselskap. April 2008

Informasjonskonsulent, Vinmonopolet. April 2008

Intervjuguide

Denne intervjuguiden er kun ledende for de spørsmålene som ble stilt under feltarbeidet. Siden det var et relativt bredt utvalg varierte spørsmålene alt etter som hvilken type informanter de ble stilt til.

Opplysninger gitt til informantene før undersøkelsen startet:

Oppgaven jeg skal skrive handler om vinbransjen i Languedoc-Roussillon.

Foreløpig arbeider jeg ut i fra følgende problemstillinger:

- 1) Hvilke mekanismer har ført til at Languedoc-Roussillons vinbransje i dag befinner seg i en krisesituasjon?
- 2) Hva gjøres i dag, av aktører i bransjen, for å få overkomme den regionale vinkrisen.

På bakgrunn av dette har jeg utarbeidet noen spørsmål jeg ønsker å stille deg.

Før jeg setter i gang er jeg pliktet til å opplyse deg om følgende;

- Det er frivillig om du ønsker å svare på mine spørsmål.
- De trenger ikke å besvare alle spørsmål, om du ikke ønsker det.
- Om det er noen opplysninger du vil gi, som du ønsker skal være konfidensielle, eller anonyme, så gi uttrykk for dette. Opplysningene vil bli behandlet slik du selv ønsker.
- Ønsker du å lese igjennom informasjonen jeg har fått fra deg før jeg bruker den, kan jeg gi deg utkast fra oppgaven min.

- Notatene og båndopptaket vil bli behandlet konfidensielt og tilintetgjort ved oppgavens slutt.

Spørsmål;

1)Navn?

2)Arbeidsplass?

3) Stilling?

4) Hvor mange hektar jobber du/deres produksjonsanlegg med?

5) Hvor mange hektoliter vin har dere produsert de siste årene?

6) Hvilke type viner har dere produsert og hvilke markeder blir disse solgt på?

7) Hva mener du er årsaken til at det er en overproduksjonskrise av vin Languedoc-Roussillon (L-R)?

8) Hvordan er du/ dere påvirket av krisen?

9) Har du/dere vært nødt til å ty til tvangsdestilleringstiltak?

10) Har du/dere revet vinstokker mot kompensasjon?

11) Hvilke tiltak tar du/dere i bruk for å komme du/dere videre fra krisen

12) Vet du om noen tiltak, som du mener andre aktører i L-R bør foreta seg for å komme videre fra krisen?

13) Hvilke bransjeorganisasjoner er du/dere tilknyttet?

14) Hvilke tiltak har de som er nyttige for deg/dere?

15) Har du noen formening om hva politikerne burde gjøre for vinbransjen i Languedoc-Roussillon?

16) Hvilke fordeler mener du L-R har, som gjør at de kan være en viktig region på verdens vinkart?

17) Det snakkes om en felles AOC Languedoc. Hva synes du om dette tiltaket?

18) Hvordan ser du/dere på mulighetene dine/deres i den nærmeste fremtid?

Oversikt over AOC-områder i Languedoc-Roussillon³³

Blanquette Méthode Ancestrale

Blanquette-de-Limoux

Cabardès

Clairette-de-Bellegarde

Clairette-du-Languedoc

Collioure

Corbières

Costières-de-Nîmes

Coteaux-du-Languedoc

Côtes-de-la-Malpère

Côtes-du-Roussillon

Côtes-du-Roussillon-Villages

Crémant-de-Limoux

Faugeres

Fitou

Limoux

Minervois

Minervois-la-Livinière

Saint-Chinian

³³ Underappellasjoner og hetvinsappellasjoner er ikke tatt med.